www.revistamarieclaire.com.br

marie claire

EDITORA GLOBO

cabelos: hora de mudar

- os novos curtos
- dicas dos experts para não errar na cor
- segredos para resgatar o brilho

As mulheres das Farc
Nossa repórter entra na selva colombiana e conta como é a vida das guerrilheiras

MODA SEXY

OS NOVOS PRETOS, OS TRICÔS MAIS DESCOLADOS, O LOOK ANOS 70

Eu, leitora: "Virei amante do meu tio"

ILHAS FIJI
SURFE, SOL E SOSSEGO NOS MARES DO SUL

ALINNE MORAES: "Estou adorando ser mã"

PRETA GIL: "Se mais alguma coisa injusta acontecer, posso ter uma crise nervosa"

EXEMPLAR DE ASSINANTE
VENDA PROIBIDA

homens confessam

■ "EU QUEBREI MEU TABU SEXUAL" ■ "TEM MULHER DE SOBRA, MAS ME SINTO SOZINHO" ■ 19 HOMENS TIRAM A ROUPA PARA MARIE CLAIRE

NA CAPA

@ 56 GUERRILHEIRAS: repórter entra na selva colombiana e fala com mulheres das Farc
@ 87 ALINNE MORAES: "Quero mais é sair, beijar na boca e não ter que dar satisfação"
92 ENTREVISTA PRETA GIL: "A imagem de doidona foi criada pelas revistas"
@ 101 ESPECIAL HOMENS CONFESSAM: eles falam sobre tabus sexuais, dores da separação, fetiches femininos
120 EU, LEITORA: "Virei amante do meu tio"
@ 140 MODA INVERNO: as peças que vão entrar no seu armário nos próximos meses
@ 177 CABELOS LINDOS: um guia para acertar na cor, no corte e nos tratamentos
@ 206 VIAGEM: um mergulho nas delícias da paradisíaca ilha de Taveuni, em Fiji

Alinne Moraes foi fotografada por Sacha Hochstetter. Ela usa vestido de tule Paris. Styling Maria Turquoise. Assistentes Carol Pinho e Cica Rodrigues. Cabelo e maquiagem Wilson Eliodorio. Assistente de fotografia Mario Gomes. Realização Mônica Serino. Tratamento de imagem Marcelo Nascimento

REPORTAGEM

72 NA NOITE: repórter [illegible] dois lados da balada, entre o céu e o inferno
92 CONVERSA DE BAR: [illegible]
@ 104 BUNDA É BOM: [illegible]
112 TABUS SEXUAIS: [illegible]

"EU ME TORNEI GUERRILHEIRA AOS 13 ANOS"
[illegible], página 56

BELEZA

178 CURTA METRAGEM: [illegible]
184 RUIVAS E LOIRAS: [illegible]
190 FIOS LUMINOSOS: [illegible]
194 BELEZA EM FOCO: [illegible]
196 PRATELEIRA: [illegible]

SEMPRE AQUI

20 CARTAS
22 MC ONLINE
@ 27 PRÉ-ESTREIA
@ 38 TOP 10 CULTURA
40 ESCOLHA DA EDITORA DE MODA
42 ESCOLHA DA EDITORA DE BELEZA
48 CARTA PRA VOCÊ
@ 50 NÓS, MULHERES
199 BEM VIVER
214 HORÓSCOPO
216 ONDE ENCONTRAR
218 MIL COISAS

@ **ATENÇÃO!**
Este símbolo indica que a reportagem tem conteúdo adicional no Marie Claire Online
www.[illegible].com.br

EDIÇÃO ESPECIAL DE ANIVERSÁRIO

Sumário

MODA

130 ÉTNICO-CHIQUE: [illegible]
132 DIA E NOITE: [illegible]
134 INVERNO QUENTE: [illegible]
136 LOOK DA ESTAÇÃO: [illegible]
138 PISE FIRME: [illegible]
140 COR CURINGA: [illegible]
144 PÉ NA ESTRADA: [illegible]
154 PRA LÁ DE CHIQUE: [illegible]
162 TOQUE DE TRICÔ: [illegible]
170 101 IDÉIAS: [illegible]

marie claire 17 ANOS

Inspirada, ousada, elegante: assim é Marie Claire, que neste mês comemora 17 anos de seu lançamento no Brasil. Nesta edição confirmamos a nossa vocação para criar polêmica, romper padrões e surpreender. São reportagens arrojadas, irreverentes e cheias de energia, que vão além do formato tradicional das revistas femininas.

Para falar do grupo guerrilheiro que ganhou os noticiários nos últimos meses, as Farc, nossa repórter entrou na selva e conversou com as guerrilheiras sobre seus medos e suas angústias. É surpreendente saber que 40% do contingente é formado por mulheres, e muito jovens.

Em uma série de reportagens reunidas no "Especial Homens Confessam", fizemos um mergulho no universo masculino, sem medo nem pudor. Na primeira delas, três homens separados contam como se sentem sozinhos, apesar do assédio feminino. Em outro momento de confidência, eles revelam seus maiores tabus sexuais, em histórias fortes e sensíveis. E, por fim, topam tirar a roupa para Marie Claire: o bumbum não é um fetiche exclusivamente masculino.

Com um texto bem-humorado, o jornalista Sergio Cruso conta a sua incursão por pólos opostos da noite paulistana: a Cristoteca, onde os freqüentadores são embalados por música e oração, e o clube noturno Inferno, onde bebida, sexo e rock dão o tom da balada.

As páginas de moda equilibram sofisticação e praticidade. Os glamourosos ensaios fotográficos e as seções com peças acessíveis dão as pistas para quem quer repaginar o guarda-roupa sem arruinar o orçamento. A beleza também é especial: são 17 páginas que falam exclusivamente de cabelos. Katia Del Bianco, nossa editora de Beleza, consultou os experts no assunto para saber as últimas tendências em cor, cortes e tratamentos. Por fim, uma marca registrada de Marie Claire: histórias contundentes de mulheres, famosas ou não, que se revelam por inteiro — a leitora que virou amante do próprio tio, a polêmica Preta Gil e a musa Altair Moraes.

Enfim, divirta-se, inspire-se.

Mônica Serino
Diretora de Redação

Gente inspirada e inspiradora

Contar histórias inspiradoras. Este é um dos traços mais nobres da mídia, e talvez um dos menos valorizados. Um médico bem-sucedido que dedica uma tarde por semana a cuidar, gratuitamente, de crianças com câncer. Uma escritora que, todo sábado, ensina jovens pobres a ler e a escrever numa favela. Uma celebridade que entretém regularmente idosos em asilos. Um astro de futebol que mantém um centro de treinamento no qual orienta meninos sem recursos. Casos dessa natureza, quando publicados, podem levar o leitor a fazer também ele algo pelos menos favorecidos, e ajudar assim a construir um país e um mundo melhores.

No mundo moderno, dá-se a isso o nome de retribuição social. É uma causa à que cada vez mais pessoas se entregam — e também empresas. Para citar apenas um caso, o Google, para muitos a empresa mais inovadora do mundo, e com certeza uma das mais admiradas, destina uma verba anual de 1 bilhão de dólares para causas sociais.

Retribuição social é uma causa cara a nós também. É essa a essência da segunda edição do Projeto Generosidade. Todas as revistas da Editora Globo, até o final do ano, publicarão, cada qual de seu jeito e no seu universo, relatos de pessoas que retribuem à sociedade parte do que receberam. De gente que faz, socialmente, diferença, nas mais variadas áreas. Mulheres e homens inspirados e inspiradores.

Nossos jornalistas, em todas as redações, estão empenhados em buscar e mostrar casos exemplares. No site www.editoraglobo.com.br/generosidade você terá um espaço para contar alguma ou algumas histórias. Para conhecer e compartilhar experiências. Participe conosco da jornada fascinante por um mundo de mãos estendidas para ajudar os menos favorecidos.

Temos a esperança de que o Projeto Generosidade seja tão inspirador quanto as pessoas, as idéias e as ações que aparecerão nele.

Paulo Nogueira
Diretor Editorial

Ela luta por justiça para todas

Para que as mulheres carentes possam se defender da violência doméstica, é necessário que elas tenham orientação legal. E nesse momento que entra em ação o **Movimento de Promotoras Legais Populares**, que ensina noções de Direito a mulheres leigas. Terezinha Gonzaga, uma das coordenadoras do projeto em São Paulo, atua em Taboão da Serra, um dos municípios mais violentos da periferia paulista. Por Liliane Oraggio

Ela não tem medo de se meter em briga de casal. Aliás, faz disso uma obrigação. Em 15 anos de trabalho junto às Promotoras Legais Populares, Terezinha Gonzaga, de 55 anos, juntou muitos históricos. "A pior foi quando um marido agressivo me ameaçou. Ele me telefonava dizendo: 'A mulher é minha! Eu vou te matar'. Foi a primeira vez que senti na pele o que é ser vítima de machismo. Senti muito medo. A esposa fugiu de casa e, com o tempo, tudo acabou bem", conta.

A história é conhecida: com medo da reação dos parceiros, muitas vítimas de violência doméstica tendem a sofrer caladas durante anos. Mas o contato com a Promotoria legal rompe esse isolamento. A vítima sente que pode contar com o apoio de uma outra mulher, que vai orientá-la sobre como pedir ajuda. E um trabalho feito de muita conversa, já que a violência doméstica não é praticada por um agressor desconhecido, mas sim pelo parceiro, pai, irmão — pelo homem amado. "Meu pai era alcoólatra e minha mãe, muito irmão e eu sofremos muito com a violência dentro de casa", diz Marina Lima Antão, advogada. "Resolvi fazer o curso de Promotoras legais porque não queria que outras mulheres sofressem o que eu sofri. Isso deu um novo sentido à minha vida. Nos fazemos por onde a gente passa, somos conhecidas como 'as promotoras'". Indignação, Terezinha sempre foi, desde pequena. Uma das lembranças mais vivas da sua infância é a de acompanhar o pai, um militante do Sindicato dos Químicos, às reuniões e manifestações políticas. Adolescente, se engajou em passeatas contra a poluição provocada pela Indústria Nitrogenada, de São Miguel Paulista, onde morava. Depois, incomodada com o número de vítimas das enchentes do Rio Tietê, resolveu fazer Arquitetura e Urbanismo na USP. Solteira de lá, fincou seu trabalho na reurbanização de favelas. "Era um jeito de transformar a realidade", diz ela.

Sem medo de colocar a mão na massa, decidiu se mudar para Taboão da Serra, um dos municípios mais violentos da Grande São Paulo, onde vivem 220 mil pessoas (a maioria em favelas). Como funcionária da Secretaria de Habitação, onde trabalha até hoje, Terezinha acabou conhecendo a fundo as histórias e as necessidades de muitas famílias. Em 94, se inscreveu no primeiro curso de Promotoras Legais Populares e passou a integrar o movimento. Funciona assim: durante um ano, mulheres leigas fazem um curso básico de Direito. Aprendem a fazer valer as leis contra a violência doméstica e a discriminação racial, étnica, etária. Esse tipo de curso existe em vários países do mundo. No Brasil, o Movimento começou em 93, encabeçado por advogadas do Rio Grande do Sul e de São Paulo. Hoje, se mantém com o apoio do Instituto Brasileiro de Advocacia Pública, da União de Mulheres de São Paulo e do Movimento do Ministério Público Democrático. Atualmente, são cerca de 4 mil promotoras leigas no Estado de São Paulo e, estima-se, 10 mil no país. Muitas delas são líderes comunitárias e estão em contato direto com as vítimas de violência doméstica. "Acredito que toda a transformação social começa com o trabalho e a vontade das mulheres", diz Terezinha. "Se queremos mesmo, não nos falta de dinheiro ou de apoio que nos barre. É esse trabalho coletivo que renova as minhas forças e alimenta o meu trabalho a cada dia."

> As mudanças sociais sempre começam com o trabalho e a vontade das mulheres"

Movimento Promotoras Legais Populares
www.promotoraslegaispopulares.org.br
tel. (11) 3106-2367. As inscrições para o curso acontecem sempre no mês de novembro.

PROJETO Generosidade 2008
COM O COMPROMETIMENTO DE
Bradesco Seguros · Coca-Cola · Chevrolet · O Boticário

Diretor Geral [illegible]

Diretor Editorial [illegible]
Diretor de Mercado Anunciante [illegible]
Diretor de Assinaturas [illegible]
Diretora de Marketing [illegible]

marie claire

Abril 2006

Diretora Editorial Adjunta [illegible]
Diretor de Criação [illegible]

Diretora de Redação
[illegible] (11) 3767-7816

Redatora-Chefe
[illegible] (11) 3767-7818, [illegible]@edglobo.com.br

Diretora de Arte
[illegible] (11) 3767-7826, [illegible]@edglobo.com.br

Editoras
Capa e Reportagem [illegible] (11-3767-7823, [illegible]@edglobo.com.br) **Comportamento** [illegible] (11-3767-7822, [illegible]@edglobo.com.br) **Eu, leitora e Sociedade** [illegible] (11-3767-7820, [illegible]@edglobo.com.br) **Saúde e Nutrição** [illegible] (11-3767-7825, [illegible]@edglobo.com.br) **Variedades** [illegible] (11-3767-7834, [illegible]@edglobo.com.br) **Viagem e Internacional** [illegible] (11-3767-7828, [illegible]@edglobo.com.br)

Moda
Editora de Moda/Arte [illegible] (11-3767-7835, [illegible]@edglobo.com.br)
Assistente [illegible] (11-3767-7836, [illegible]@edglobo.com.br)

Beleza
Editora [illegible] (11-3767-7821, [illegible]@edglobo.com.br)

Arte
Editora assistente [illegible] **Chefe de arte** [illegible] **Diagramadores** [illegible]

Marie Claire Online
Repórter Responsável [illegible] **Colaboradora** [illegible] **Estagiária** [illegible]

Secretaria de Redação
Assistente Executiva [illegible] (11-3767-7817, [illegible]@edglobo.com.br)

Estagiárias
Reportagem [illegible] ([illegible]@edglobo.com.br) **Moda** [illegible] ([illegible]@edglobo.com.br)

Colaboradores
[illegible]

Publicidade
Diretoria de Publicidade Centralizada [illegible] **Executivos de Negócios** [illegible] **Diretora de Publicidade de São Paulo** [illegible] **Gerentes de Publicidade SP** [illegible] **Executivos de Negócios** [illegible] **Executivos de Negócios Online** [illegible] **Rio de Janeiro** [illegible] **Brasília** [illegible] **Belo Horizonte** [illegible] **Diretor de Projetos Especiais** [illegible] **Coordenação de Publicidade** [illegible]

Assinaturas
Diretores [illegible] **Gerentes de Assinaturas Vendas Pessoais** [illegible] **Gerente de Televendas Ativo** [illegible] **Coordenadora de Renovação** [illegible] **Coordenador de Vendas Online** [illegible] **Gerente de Projetos Corporativos** [illegible] **Coordenadora de Atendimento** [illegible] **Coordenadora de Gestão de Base de Dados** [illegible]

Marketing
Diretora de Vendas Avulsas e Marketing [illegible] **Coordenadores de Marketing Leitor** [illegible] **Diretora de Eventos e Marketing Publicitário** [illegible] **Coordenadoras de Eventos e Marketing Publicitário** [illegible] **Coordenadora de Pesquisa de Mercado** [illegible]

Marie Claire Internacional. Diretora-executiva das edições internacionais [illegible] **Diretora-adjunta das edições asiáticas** [illegible] **Administrador financeiro internacional** [illegible] **Administradora financeira internacional adjunta** [illegible] **Diretora editorial internacional** [illegible] **Editora-chefe internacional** [illegible] **Editora chefe de moda e beleza internacional** [illegible] **Coordenadora de moda internacional** [illegible] **Editora adjunta de moda e beleza** [illegible] **Diretora comercial internacional** [illegible] **Diretor de comercialização de conteúdo** [illegible] **Diretor de marca** [illegible]
COPYRIGHT (c) 2002 MARIE CLAIRE ALBUM PARIS

ATENDIMENTO AO ASSINANTE
[illegible] **Internet: www.editoraglobo.com.br/faleconosco - São Paulo: fone: (11) 3362-2000 - fax: (11) 3766-3755. Demais localidades: 4003-9393**
[illegible]

PARA ANUNCIAR LIGUE
São Paulo: [illegible] **Rio de Janeiro:** [illegible] e-mail: **publimarieclaire@edglobo.com.br**

PARA SE CORRESPONDER COM A REDAÇÃO
[illegible] **Revista Marie Claire, Caixa Postal [illegible], CEP [illegible] - São Paulo, SP - Fax: (11) 3767-7833 - e-mail: [illegible]@edglobo.com.br.** [illegible]

Edições Anteriores
[illegible]

Nossos Endereços
[illegible]

Impressão
[illegible]
[illegible] **MARIE CLAIRE** [illegible] EDITORA GLOBO S.A.
[illegible]

Publicações da Editora Globo
Semanais: [illegible] **Interesse Geral:** [illegible] **Femininas:** [illegible] **Infanto-Juvenis:** [illegible]

NA INTERNET http://www.editoraglobo.com.br

ANER

fale conosco

Envie sua carta para: av. Jaguaré, 1.485, São Paulo, SP, CEP 05346-902, ou para o e-mail mclaire@edglobo.com.br. As cartas podem ser resumidas.

VIAGEM
"Li com prazer a reportagem 'O rosto jovem da velha Europa' (MC 204, março). Estive em Viena duas vezes e descobri coisas lindas por lá. É realmente um sonho: igrejas riquíssimas, museus incríveis, um ar de cidade chique. No inverno, a neve deixa tudo ainda mais bonito."
[illegible]

CARTA DO MÊS

Mulheres ousadas

"Quando comecei a ler a entrevista com Cathie Black ('Mulheres não choram', MC 204, março) senti logo que se tratava de algo que realmente me interessava. Nunca fui de achar que nós, mulheres, devemos nos conformar com um simples cargo e sim que devemos ser ousadas para conquistar novos espaços no mercado de trabalho. Mas a frase 'Ninguém pode definir o que é sucesso para você a não ser você' tocou-me fundo. Somos nós que definimos nossos limites."
[illegible]

VIDA ONLINE
Em resposta à reportagem "O dia em que revelei meu segredo sexual" (MC 204, março), as leitoras fizeram suas revelações no Fórum Marie Claire:

"Quando eu tinha 17 anos, estava descobrindo o sexo e comecei a frequentar umas festas animadas. Um dia, já alcoolizada, entrei num quarto com um amigo e, quando me dei conta, já estava rolando tudo. Depois, outro casal de amigos entrou no quarto, deitou na mesma cama e foi a maior loucura. Gostei muito, mas fiquei constrangida ao encontrar com eles alguns dias depois."
ANDRÉA – PR

"Tive alguns namorados e a minha vida sexual sempre foi muito intensa. Mas, por uma razão que nem eu mesma sei explicar, disse para o meu atual namorado que só havia feito sexo três vezes em toda a minha vida, com a mesma pessoa. Achei que ele me daria mais valor e se sentiria o máximo. E foi o que aconteceu."
[illegible] – RJ

"Eu nunca confessei isso a ninguém, mas a transa com meu marido é incrivelmente melhor quando imagino que ele é outra pessoa, um cara totalmente desconhecido."
[illegible] – SP

BENDITO FRUTO
"Ao ler 'Minha vida em suspense' (MC 204, março), sobre pais que só têm filhos, fiquei com ciúme. Tenho dois filhos e o meu mundo é azul."
[illegible] – RJ

EU, LEITORA
"Linda a história da leitora Cleide ('Ele é 40 anos mais jovem do que eu', MC 204, março). Na foto publicada dá para ver que o sentimento é verdadeiro."
[illegible]

Revista premiada Marie Claire recebeu dois prêmios no mês de março. No dia 11, a revista ganhou o prêmio Veículos de Comunicação, promovido pela revista "Propaganda" — na foto, Gilberto Corazza, Diretor de Mercado Anunciante, durante a cerimônia de premiação. Ainda em março, o fotógrafo Lalo de Almeida, colaborador de Marie Claire, foi o vencedor da categoria "Fotografia Destaque" no Prêmio Orgulho Autista. Ele recebeu o prêmio pela foto de Eliana Borelli e sua filha Natália, publicada na reportagem "Amor sem limites" (MC 185, agosto de 2006), escrita pela editora Silvana Tavano.

VIRGENS TRISTES
"É revoltante a lavagem cerebral a que são submetidas as jovens na reportagem 'O baile das virgens tristes' (MC 203, fevereiro). As fotos são reveladoras."
[illegible]

ERRATA A legenda número 4 da matéria "Águas frescas", pág. 154 (MC 204, março) está errada. A correta: Natura Águas Colônia de Lírios, R$ 38 (150 ml): fragrância levinha com extrato fresco de bergamota, notas florais de lírio e jasmim e fundo amadeirado de patchuli e sândalo.

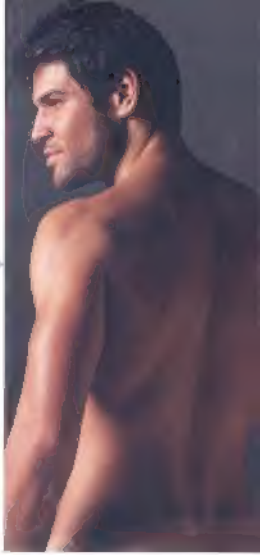
mc online

www.revistamarieclaire.com.br

REPORTER RESPONSÁVEL: CRISTIANE SENNA

ESTRÉIA NOVO BLOG

Rosane Queiroz, editora de Comportamento de Marie Claire, morou sozinha durante 11 anos e comeu muito Miojo antes de publicar o livro "50 - Dores e Delícias de Morar Sozinha" (Ed. Globo). Em seu blog, "Miojo", a jornalista revela suas descobertas sobre esse universo. Se você também mora sozinha, entre no blog e compartilhe suas experiências.



ELES CONFESSAM

Neste mês, Marie Claire dedica atenção especial aos homens — na foto ao lado, o modelo Sam, um dos personagens da reportagem "Turma é bom". No site, convidamos especialistas e anônimos para responder àquelas questões que perturbam todas as mulheres. Afinal, por que eles gostam tanto de futebol, a ponto de passar horas assistindo a programas de debates? O que eles realmente pensam sobre monogamia e fidelidade? Saiba as respostas em www.revistamarieclaire.com.br

VÍDEO

CABELO EM DOBRO

Quer saber as últimas novidades e as melhores dicas sobre tintura, cortes e penteados? No site, você assiste ao vídeo em que a editora de beleza Kátia Del Bianco bate um papo com os experts Julio Antero (do salão MC Hair Design), Robin Garcia (hair stylist das top) e Celso Kamura (cabeleireiro da atriz Gisele Massaferi), entre outras celebridades).

GANHE "O MELHOR DO EU, LEITORA"

Se você quer receber em casa o livro com os melhores depoimentos da seção "Eu, leitora", essa é a sua chance: entre no site e concorra a esse lançamento da Editora Globo. Não perca a oportunidade de conferir depoimentos emocionantes e surpreendentes, como o da mulher que se apaixonou pelo irmão sem saber; o da leitora que sobreviveu a um tsunami; ou o da prostituta que descobriu o amor. Ainda neste mês, você também pode concorrer à biografia "Marilyn Monroe – Últimas Sessões" (Ed. Alfaguara). É só clicar em www.revistamarieclaire.com.br e escolher.

pré-estréia

FATOS E PESSOAS INCRÍVEIS, OBJETOS DESEJÁVEIS. POR JOÃO LUIZ VIEIRA*

Os olhos cor de mel e o sorriso sincero de Rodrigo Veronese chegam antes de suas palavras. O olhar é intenso e o sorriso, bem, ele sorri o tempo inteiro. Para lado nenhum que o cumprimentem. "Acho que tenho carisma. Meu sorriso é tranqüilo com pessoas que considero carismáticas como Grazi Massafera e Fernanda Vasconcellos", diz o ator, em sua segunda novela na Globo, "Belissima Para", depois da explosão em "Paraíso Tropical". Veronese faz 28 anos em julho e, como ótimo canceriano, não vê problema em subir degraus aos poucos. "Só vou ao Rio para trabalhar. Moro em Pinheiros, mantenho os amigos de sempre e acho que ficar famoso depois dos 35 só me fez bem." Veronese foge aos clichês da glória. Gosta de tomar cerveja na Vila Madalena (SP) e não vive sparcendo com mulherões – até porque está solteiro. "Por opção. Tô ficando velho, chato, exigente", diz. "Olho no olhos e vejo se a relação vale. Se ela usar chapinha, muito perfume, salto alto, também está fora", ri. Ele gosta mesmo é de cachorro. Teve dois e chegou a detrimizar um primeiro exemplar porque sua rottweiller estava com dores na coluna. E sonha em fazer cinema com Pedro Almodóvar. "Sabe o que falei quando encontrei com Kenya de Vielmond? Que eu queria que ela me desse a mesma sorte que deu para o outro Rodrigo, o Santoro – que fez a última novela com ela antes de estourar." Não é feio! Ele ainda duvida de que está no auge.

vento a **favor**

Imagine um vestido cuja cor muda de acordo com sua emoção. A **Philips** ainda não o colocou à venda, já que faz parte de um programa de pesquisa sobre estilo em 2020, mas a revista "Time" já o elegeu a melhor invenção fashion do ano. A peça tem um material que monitora as mudanças biológicas e, assim, se a pessoa estiver irritada, ele fica vermelho. Se calma, verde etc. Que tal!

Absoluta!

A **Forbes** acertou a mão: "Forbes" decretou que Madonna é a celebridade mais rica. A cantora acumulou sua fortuna em US$ 72 milhões em um ano.

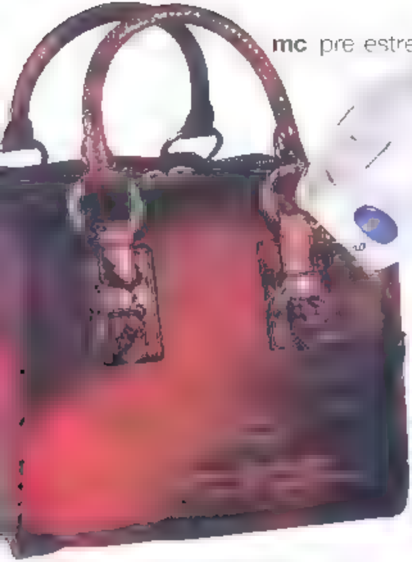
1. Madonna — US$ 72 milhões
2. Barbra Streisand — US$ 60 milhões
3. Céline Dion — US$ 45 milhões
4. Shakira — US$ 38 milhões
5. Beyoncé Knowles — US$ 27 milhões
6. Gwen Stefani — US$ 26 milhões
7. Christina Aguilera — US$ 20 milhões
8. Faith Hill — US$ 13 milhões
9. Dixie Chicks — US$ 13 milhões
10. Mariah Carey — US$ 13 milhões

A PRATELEIRA SUMIU
Pois é, existe uma prateleira segurando esses livros. A **stickiebook** tem uma estrutura similar a um ponto, que segura as páginas sem deixar marcas. Venda no www.modestudio.co.uk por cerca de R$ 75.

Um banho de morenice

Dê um tempo no bronzeamento e jete Chanel. É ter seu próprio equipamento elevador de bronze. Em casa. A grife de produtos para banho **Sentaví** criou um chuveiro que bronzeia enquanto você se banha. Irado. O Sunshower Deluxe emite uma luz azul que, sem estimular a produção de vitamina D, no pele. A ducha custa cerca de 4.500 euros. Informe-se no site www.sentavi.es.

A palavra é... Abravanar! A semelhança com o sobrenome de Silvio Santos é só uma piada. Abravanar é o novo "Abalar", com mais criatividade e performance. É uma palavra de incentivo, usada no imperativo. Pode-se mandar alguém abravanar numa festa, por exemplo, ou usar no passado mesmo (tipo "Björk abravanou no *red carpet*"). Use.



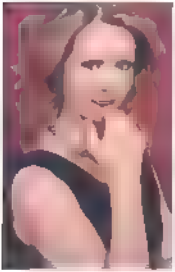
Para poucas, muito poucas

M[illegible] de [illegible] designer da Louis Vuitton criou bolsa (à esq.) que além do [illegible] estampam frases [illegible]. Os [illegible] super[illegible]. [illegible] que [illegible] uma mulher que [illegible]. Ela parece com [illegible] Miro, mulher [illegible] As bolsas [illegible] A designer [illegible] Franc[illegible] Ran[illegible] [illegible] enfoque mais poético [illegible] série de palavras [illegible] Pessoa e Millôr [illegible] dentre outros e você ainda pode escolher a própria frase [illegible] R$ 345 cada.

MIRANDA ABRE O VERBO

P[illegible]

[illegible] Cy[illegible] Ni[illegible]



MC O que aprendeu com Miranda?

N [illegible]

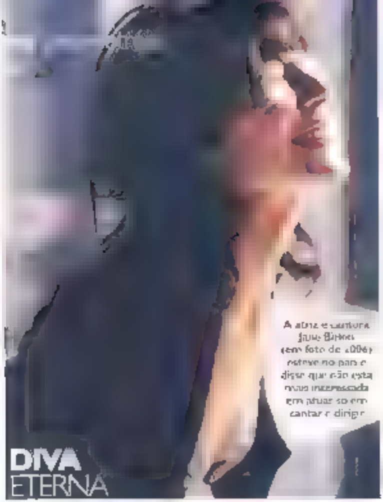
MC Por que você decidiu falar abertamente sobre sua relação com uma mulher

N [illegible]

VALE

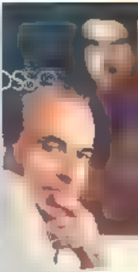
F[illegible]

www.du[illegible]dutyfr[illegible].com



A atriz e cantora Jane Birkin (em foto de 2006) esteve no país e disse que não está mais interessada em atuar só em cantar e dirigir

Jane Birkin



AS 10 PERGUNTAS DE MARIE CLAIRE PARA...

1 ... pode-se ...

2 ... que o mundo ... para quem você ligaria

3 Qual ... em que você ...

4 Quando ... vez que você ...?

5 ...

6 ...

7 O que você faria se ... pessoa

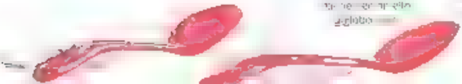
8 Qual ...

9 Qual ...

10 ... é que fará ...

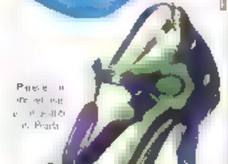
SALGADO?

Pode ... Carr ... Medi... vermelho. Atenção ... Infor... globo ...



ELA NÃO PARA QUIETA

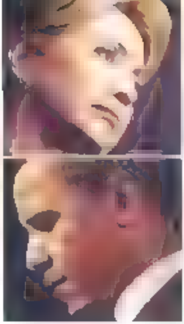
Deu a louca nos saltos altos



Solo nobre

Vote. qual o melhor?

[illegible] Hillary Clinton [illegible] Barack Obama [illegible]



Splendore em foto de 1967 no auge da beleza

O REI E EU

Maria Stella Splendore 59 anos, tinha tudo para ser só socialite [illegible] Dener [illegible] krishna e hoje vive num refúgio. E acabou de publicar um livro "Sr Splendore – Uma História de Vida" (Ed 2008, 20 págs. R$ 38) onde conta [illegible] Ela falou a Marie Claire

MC Roberto é o pai da sua filha?

MS Tem potencial para ser. Engravidei de Maria Leopoldina quando estava casada e durante o caso com o Roberto

MC Dener soube de sua traição?

MS Um amigo fez a fofoca. Ele fez [illegible] e a cara da jovem Gua[illegible]

Quando morreu, contei a ela de [illegible] ha dúvida sobre sua paternidade. Ela passou um dia com o Roberto

MC E depois disso?

MS Nada. Roberto prometeu a ela que estaria aberto a recebê-la, mas [illegible]

MC Você ganha dinheiro com o quê?

MS [illegible]

UMA COISA SÓ

[illegible] Larsen. Os vasos. [illegible]

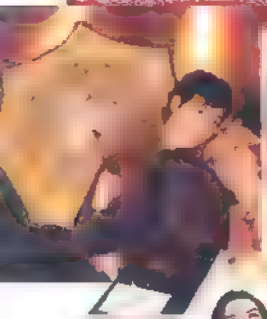
Um trem para as estrelas

[illegible] Great Brazil Express [illegible]

Colaboraram nesta edição
A[illegible] Chagas, Daniel Tavares, Elda Priami [illegible] Callega [illegible]

10 cultura

O QUE HÁ DE MELHOR PARA SE DIVERTIR E SE EMOCIONAR



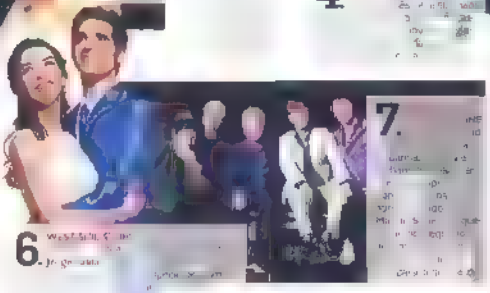
1.

2.

3.

4.

5.



6.

7.

8.

9.

10.

editora

SANDRA B. TYRNCOURT

AS CAVEIRAS

1
2
3
4
5
6
7
8
9
10

editora

SENSUALIDADE

1
2
3
4
5
6
7
8
9
10

Qual é o seu tipo de homem

O tipo feminino que tem um toque suave, gosta de dormir agarradinho e adora cozinhar pra você? Ou o homem masculino dono de uma pegada brutal que adora beber com os amigos e é pouco afeito a conversas profundas? Antes de mais nada é preciso analisar que tipo de mulher você é

Existem homens femininos. Não, não é isso que você está pensando. Não estou citando a música de Pepeu Gomes. [illegible]

[illegible]

[illegible]

Lei de Murphy para elas

Se alguma coisa tem chance de dar errado, dará. A populaníssima Lei de Murphy, criada por um capitão da Força Aérea Americana na década de 40, costuma ser democrática: atinge indiscriminadamente homens e mulheres. Mas nós, do sexo feminino, temos um repertório próprio. Duvida?

[illegible]

Leila Ferreira [illegible] apresentadora de TV [illegible] Globo [illegible] da Editora Globo

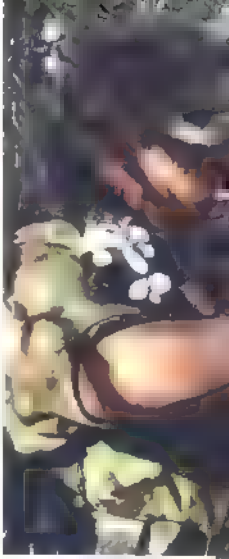
Há seis anos, Marie Claire acompanhou de perto o drama dos reféns das Forças Armadas Revolucionárias da Colômbia. Hoje, a jornalista francesa Marianne Mairesse e o fotógrafo Alain Keler estavam ao lado da então candidata à presidência do país, Ingrid Betancourt, quando ela foi raptada. À época, em 2002, publicamos o extenso testemunho da dupla. Agora, depois de séria crise diplomática e dos dramáticos relatos dos poucos reféns libertados, a revista volta ao tema com a incrível matéria da repórter Elena de la Vega. Ela se infiltrou na selva para descobrir, cara a cara, quem são as mulheres da guerrilha

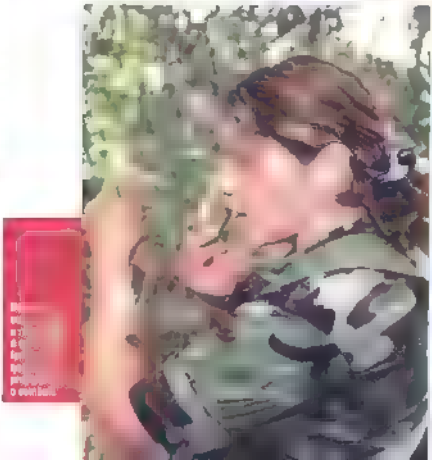
FARC: AS MULH
POR TRÁS DA G

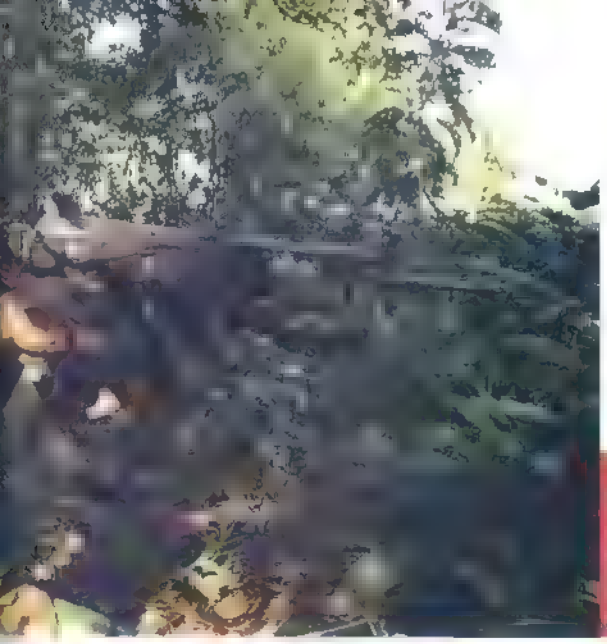
ERES
UERRILHA

TOMEI A DECISÃO DE ME JUNTAR AS FARC PORQUE O UNIFORME É COOL"

Yoranda

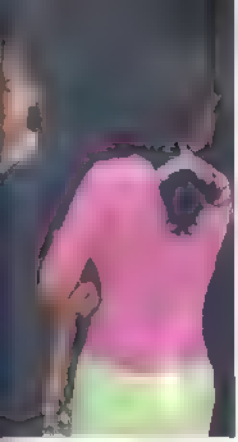


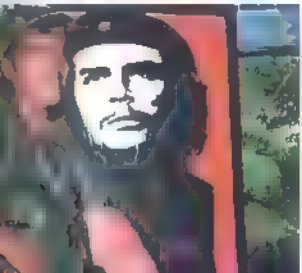




QUERO VINGANÇA: O EXÉRCITO MATOU MEU IRMÃO NA FRENTE DA NOSSA FAMÍLIA "

Soraida





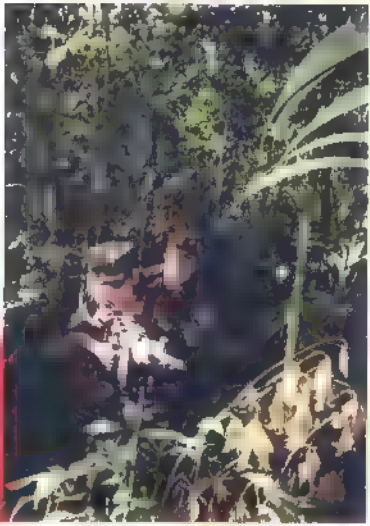
TREINAMOS COMO HOMENS E TEMOS AS MESMAS MISSÕES QUE QUALQUER GUERRILHEIRO"

Lubero

>>

MINHA MOCHILA É MAIS PESADA QUE A DOS HOMENS PORQUE LEVO MAQUIAGEM, XAMPU E URSINHOS"

Lucero



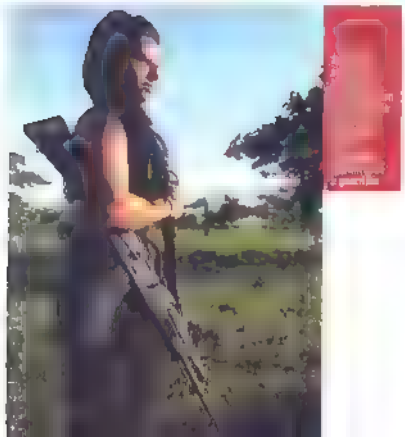
O DRAMA DOS REFÉNS

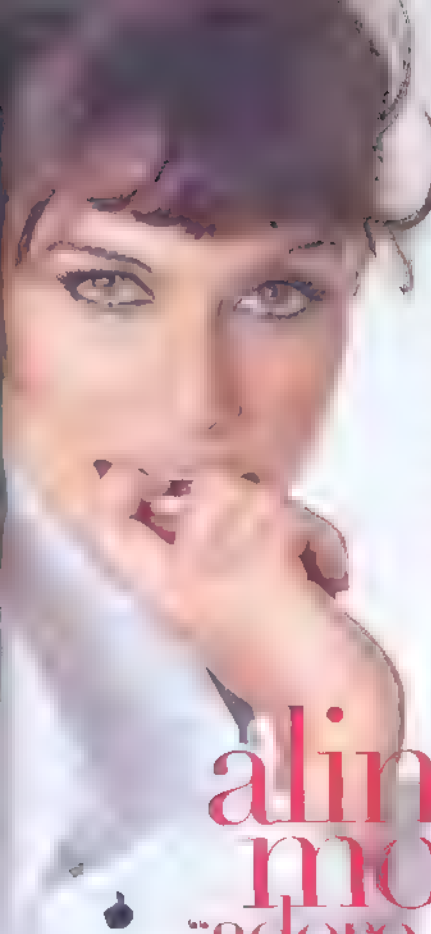
"Estou cansada de sofrer de levar isso por dentro todos os dias, de dizer mentiras a mim mesma e de ver que cada dia é igual ao inferno do dia anterior. [...] Sinto que a vida dos meus filhos está em stand by, esperando que eu viva, e seu sofrimento diário faz com que a morte me pareça uma opção doce. [...] Não tenho vontade de nada e acho que isso é a única coisa que está bem: não ter vontade de nada".

Trecho de carta de Ingrid Betancourt

NOS NÃO PODEMOS TER FILHOS PORQUE A REVOLUÇÃO É UM COMPROMISSO PARA A VIDA INTEIRA"

O QUE SÃO AS FARC?



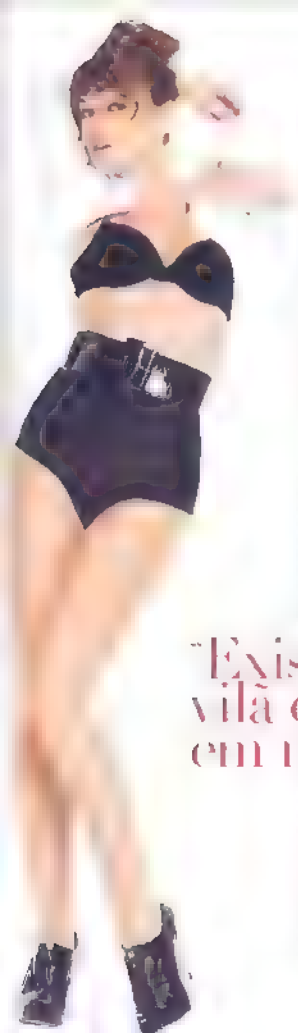


A verdade é que odiamos gostar das vilas da novela. Ainda mais quando elas são altas, curvilíneas, têm olhos claros, cabelos longos e parecem ter se encarnado ao papel. Só que aqui, Alinne Moraes, a malvada da vez, mostra algumas de suas fraquezas. Por Jose Emilio Rondeau. Fotos: Sacha Hochstetter

alinne moraes

"adoro ser má"

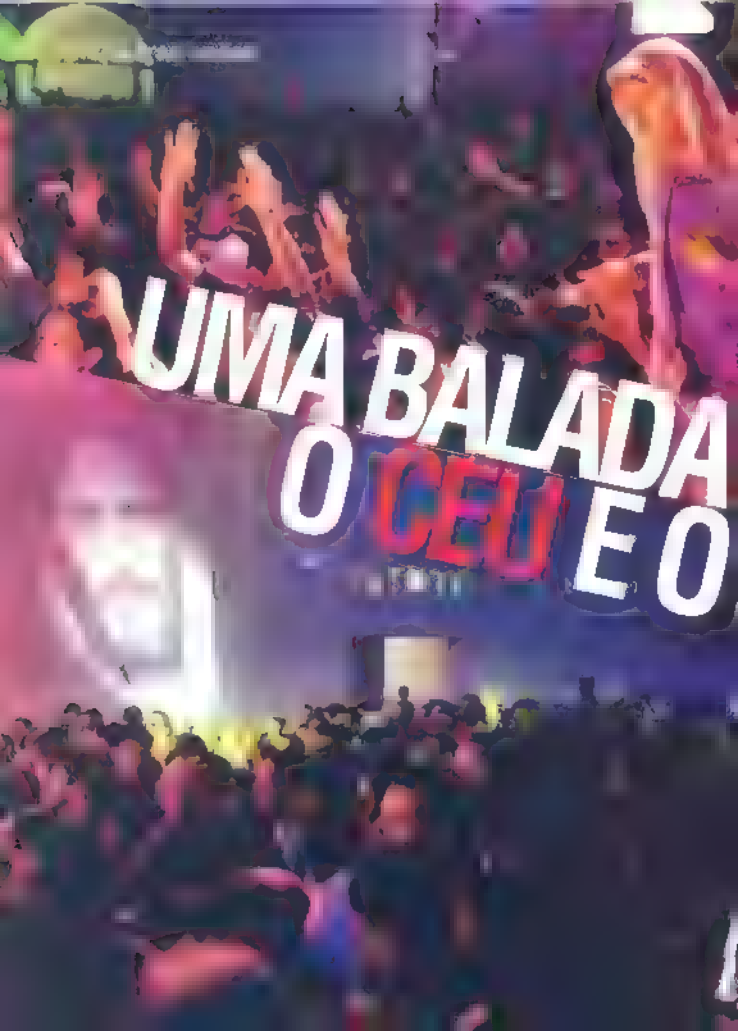
"Eu queria sair e beijar sem ser observada"



"Existe uma vila que vive em mim

[D]

[P]

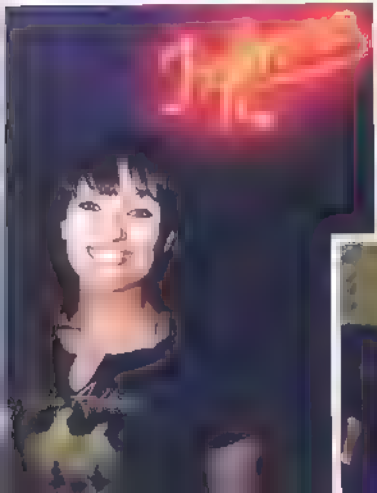

UMA BALADA
O CEU E O

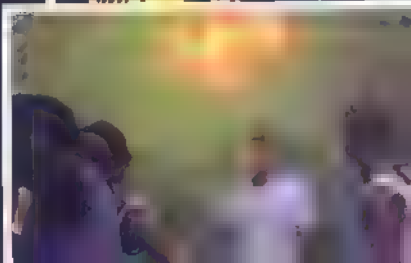
ENTRE INFERNO

PERDIÇÃO OU QUALQUER TIPO DE BAGUNÇA.
JÁ NO INFERNO, A HISTÓRIA É OUTRA.
LÁ O PESSOAL ENTRA QUENTE PRA

Com missa-show, banda e batalhão no **palco-altar**, a Cristoteca ferve e os **fiéis** se rogam na pista até de **madrugada**

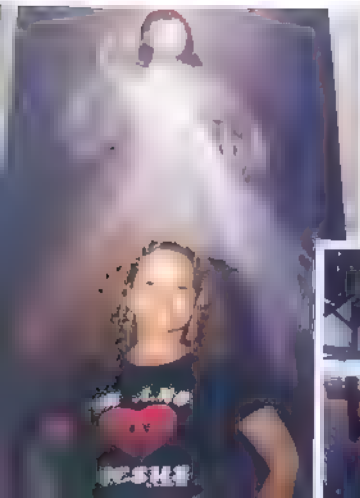
O lado da balada do **Senhor** oferece drinques [illegible] com nomes como **Apocalipse** e **coquinho de Deus**

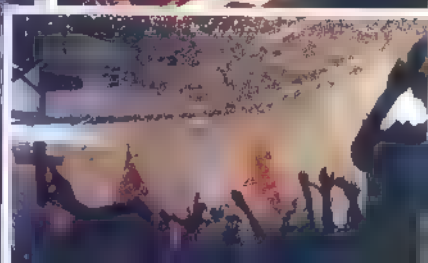




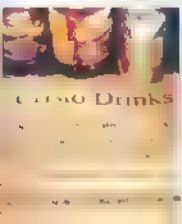
Depois de uma forte experiência **mística** a pessoa pode entrar em sereno **estado de transe** e esmagar na Cristoteca

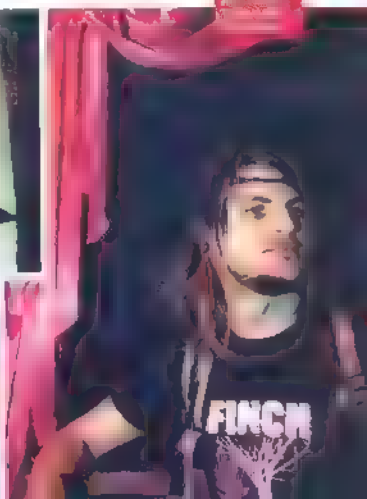
N





O ponto da rua Augusta, que já foi de prostitutas e **travestis**, hoje convive sem dramas com a turma **moderna do rock**





Os rapazes dançam o **pogo**. Uma coreografia que tem três passos **básicos**: o pontapé, a [illegible] **encontrão**

NÃO É FÁCIL SER PRETA GIL

Mãe de um adolescente, ela é caseira, não bebe, não cheira, não fuma. Carente, frágil desestabilizada diz estar cansada de ser dramada e bem perto de um novo amor. Você pode não acreditar, mas essa é Preta Gil, uma mulher mal interpretada. Por Milly Lacombe Foto: Fernando Torquatto

>>

MC A vida mudou muito desde que você resolveu virar cantora?

[illegible]

MC Essa personalidade mais livre a que você se refere foi formada na infância?

[illegible]

"O [illegible] o é um lugar est[illegible] e n[illegible] nã[illegible] so[illegible] aq[illegible] pes[illegible] estão ficando caretas"

MC Foi uma criação diferente ou mais convencional?

[illegible]

MC Tudo mudou quando vocês deixaram Salvador e foram morar no Rio?

PG [illegible]

MC Diferente da Bahia

PG [illegible]

MC Essa segregação racial algum dia perdeu?

MC Você é mãe de um adolescente. Ele mora com você? Como é essa relação? *[Francisco, 13, é filho de Preta e do ator Otávio Müller]*

MC Aos 30 anos, o primeiro CD, o encarte polêmico, o assédio da mídia, as manchetes sensacionalistas, seu corpo na berlinda... você estava preparada?

'Eu não quero levantar bandeira nenhuma. Não sou essa tal mulher, a mais bem resolvida do mundo'

MC Na mesma época foi publicada aquela entrevista na [illegible] muito boa e muito polêmica. Juntou tudo, imagino.

MC Foi na ingenuidade?

MC Até um caldo vira notícia.

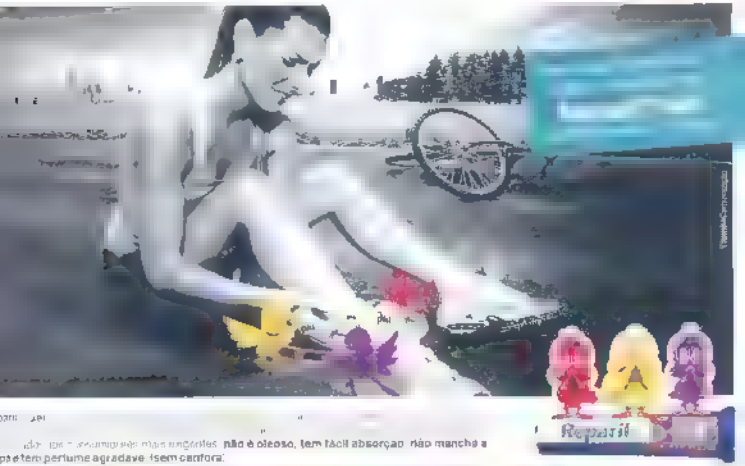
MC A repercussão do episódio bateu forte?

MC Você está processando os veículos que repercutiram o caldo de forma difamatória?

MC Você se incomoda por ter virado uma espécie de porta-voz das gorduchas desencanadas?

MC: Você está numa encruzilhada: não quer a bandeira, mas também não aceita ouvir calada a defesa à ditadura da magreza.

MC: Como faz para não pirar ou jogar a toalha?



homens

PAPO DE BAR
Como é retornar à vida de solteiro depois de viver um longo casamento. Três homens contam tudo
Pág. 92

Marie Claire fez o desafio: aqui eles mostram o bumbum e falam sobre seu corpo
Pág. 104

SEXO PROIBIDO
Eles revelam como enfrentaram

"TEM MULHER DE SOBRA, MAS ME SINTO SOZINHO"

O cenário é um bar informal em São Paulo. Os personagens: três homens separados depois de um longo casamento. O assunto: **A RETOMADA DA VIDA DE SOLTEIRO** num universo em que as mulheres estão em maioria e mais afiadas do que nunca. A pergunta: será que os homens estão se sentindo perdidos numa multidão de mulheres? Confira a seguir os relatos desses moderninhos nessa universidade de dar

Por Rosane Queiroz. Fotos: Everton Bastazini

O HOMEM HETERO, HOJE, É UM SER EM
NÇÃO. ESTAMOS
DESVANTAGEM.
NOITE É DOS GAYS
E DAS MULHERES"
— UBIRATAN

M[illegible] A história de um homem [illegible] que se separa [illegible] na noite e se [illegible] com [illegible] que en[illegible] [illegible] Comida [illegible] (ed. Objetiva), de Jonatan [illegible]ek. As mu[illegible] a cena

[illegible]

MC: A noite hoje é uma selva?

[illegible]

MC: [illegible] clichê sobre mulher é verdadeiro?

[illegible]

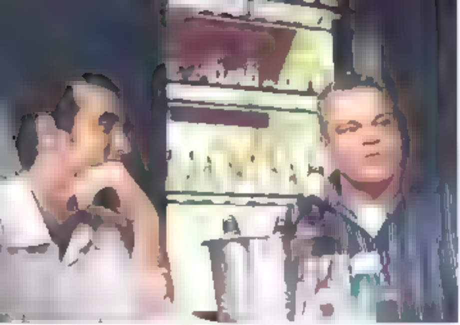
BEIJEI UMA GAROTA NA FESTA, LIGUEI NO DIA SEGUINTE E ELA COMEÇOU A FUGIR"

[illegible]

[illegible]

MC: Vai que dar cantada em praça pública?

[illegible]



MF: [illegible] a balada? Não [illegible] um preconceito em relação às garotas que estão aí se divertindo com vocês?

[illegible]

MF: OK, então qual é o limite para a iniciativa feminina? Porque vocês também não querem [illegible] a mulher que só fica sentada ali esperando as coisas acontecerem.

[illegible]

MF: [illegible]

[illegible]

"A GENTE TEM DE TOMAR CUIDADO PARA NÃO SER CARENTE, ELAS NÃO RESPEITAM"

EDSON

[illegible]

>>

POSSO ATÉ CASAR DE NOVO, MAS SERÁ UM NOVO ACERTO, UM CASAMENTO 2.0"

As cores e VOCÊ

As cores estão presentes em tudo nas nossas vidas. Até mesmo na forma de expressarmos sentimentos ou qualificarmos situações. Ficamos verdes de inveja, vermelhos de raiva ou de vergonha, ou ainda dizemos "tudo azul" quando as coisas vão bem.

O conhecimento sobre a influência das cores sobre nós e nos ambientes que nos cercam foi construído há muitos anos. Estudos revelam que desde a pré-história o ser humano já estabelecia uma relação com as cores. Os egípcios foram os primeiros a usar cor em roupas e desenhos.

Hoje em dia, acredita-se que elas agem em nossos sentimentos, emoções e percepções. Mais do que isso, dizem muito sobre nós, seja em nosso corpo, nas roupas que usamos e até mesmo em nossos carros.

De modo geral, as cores são classificadas como quentes e estimulantes, como o vermelho e o amarelo, e frias e calmantes, conhecidas como estáticas, como o preto, azul, verde escuro e marrom.

A crença na influência das cores é tanta que existe a ciência dedicada ao seu estudo, chamada Cromoterapia. Ela faz uso das cores do espectro solar – vermelho, laranja, amarelo, verde, azul, anil e violeta – para restaurar o equilíbrio físico-energético do corpo. Por sua vez, a Cromoscopia trata da influência das cores na psique.

NO TRABALHO

Para ter um ambiente de trabalho que favoreça a concentração, criatividade ou raciocínio, é normal que empresários busquem nas cores um aliado. Existem, inclusive, os chamados "profissionais da cor", especializados no desenvolvimento de projetos cromáticos para empresas a fim de torná-los não apenas bonitos, mas também mais produtivos.
Se você estudar um pouco mais o assunto, porém, pode empreender mudanças que farão toda a diferença. O violeta, por exemplo, gera harmonia e propicia inovações e mudanças. É indicado para ambientes onde se trabalha com criatividade. Representa poder e riqueza. Já o amarelo é uma excelente opção para espaços de trabalho estressantes, pois alivia a sensação de esgotamento mental.

EM C

Além da Cromosofia, outras linhas de estudo como o Feng-Shui, derivada da filosofia chinesa, acreditam que o uso de determinadas cores nos ambientes, podem afetar a nossa disposição e os nossos sentimentos.
Além disso, as cores são comumente utilizadas como recursos para criar sensações como de amplitude. Para tanto, prefira os tons frios como cor violeta, azul, verde. As cores quentes como vermelho, laranja, amarelo causam a sensação de redução do espaço. Cores fortes são mais indicadas para objetos.
Para não errar o verde é uma cor que pode ser usada em qualquer cômodo da casa. Ele exprime sensação de paz, alivia a tensão e representa a esperança. O azul é uma boa opção para quartos, pois traz tranquilidade e favorece o sono.

NAS ROUPAS

As tendências da moda estão diretamente ligadas às cores. Assim, para estar bem vestida, mais do que seguir a moda, você deve buscar roupas que estejam de acordo com o seu corpo, que atendam suas necessidades e expressem sua personalidade.
Se a intenção é ser notada vá de vermelho. É uma cor revigorante e por isso, também indicada para pessoas cansadas e abatidas. Para manter-se mais calma, além de ganhar um aspecto jovem, escolha o turquesa.

NOS CARROS

[illegible] o mercado automobilístico [illegible] elementos [illegible] dia a dia serem aplicados nos veículos. Como a moda que inspira estofamentos. Tecidos ganham estampas minimalistas, geométricas [illegible] Até [illegible] automóveis [illegible] sofre influência. Há mulheres que expressam desejo por carros de cores diferentes como, por exemplo, verde azulado.

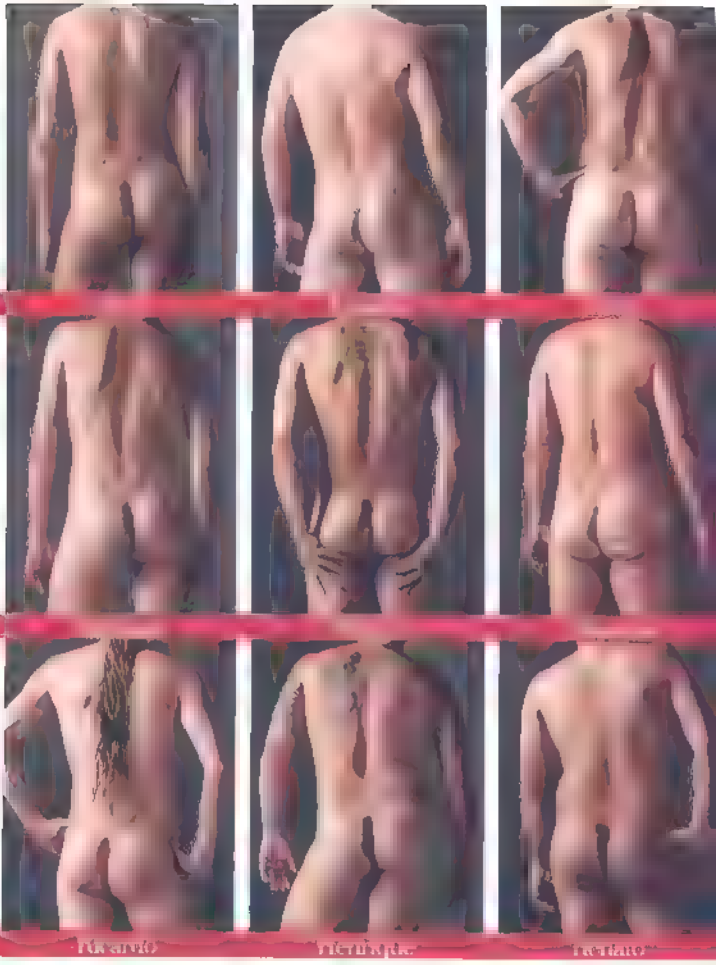
[illegible] que gosta de autom[illegible]

[illegible] as linhas [illegible] mais esportivo e moderno. O modelo [illegible] Flexpower [illegible] Econo.flex [illegible] Flexpower (55 [illegible] Além disso, oferece uma série de itens de segurança e conforto.
Consulte no site da Chevrolet www.chevrolet.com.br

bunda é bom

desejo milenar

mulher



Richard

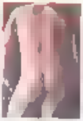
anos

Marcelo

39 anos

empresário

Ricardo



Renato

[illegible] sexual

[illegible]: esse é o maior tabu [illegible] homens consultados pe[illegible] [illegible]rem de medo de [illegible]mem a mais no roteiro [illegible]naginer no papel de [illegible]o homens contam [illegible]cararam seus maiores

Lígia Pagenotto

> "Transamos uma única vez e assumo que gostei de fazer sexo anal"

Os maiores tabus

Ter uma relação homossexual	45%
Transar a três — com um homem a mais na cama	18%
Deixar que ela toque a sua região anal	15%
Falhar diante de um furacão sexual	11%
Ser tratado com homem-objeto	7%
Ser amarrado e vendado na cama	4%

[redacted]

[redacted]

Eu, não, como outros homens, nunca fui bom em múltiplos. Na primeira vez em que minha mulher mencionou, me disse que minha vida sexual ficaria perfeita com a chegada de uma terceira pessoa. Achei a ideia absurda, mas não consegui parar de pensar nela. Sempre fui ciumento e não queria que ninguém mais tocasse nela. Mas, por outro lado, eu queria muito ver minha mulher com outro homem. Não sabia o que fazer. Não queria que ela pensasse que eu não a amava mais, mas também não queria que ela pensasse que eu não a amava mais. Não queria que ela pensasse que eu não a amava mais. Não queria que ela pensasse que eu não a amava mais.

"Fiquei tão excitado ao vê-la com outro que esqueci o ciúme"

Mas depois disso, minha vida sexual melhorou muito. Tenho mais confiança em mim mesmo e não me importo mais com o que os outros pensam de mim. Não me importo mais com o que os outros pensam de mim. Não me importo mais com o que os outros pensam de mim.

"Quase não consegui ver a [redacted] porque estava ocupado demais"

Quase não consegui ver a [redacted] porque estava ocupado demais. Não me importo mais com o que os outros pensam de mim. Não me importo mais com o que os outros pensam de mim. Não me importo mais com o que os outros pensam de mim.

"Eu guiei sua mão, seus dedos, até ela me penetrar. Gritei de prazer"

>>

> "No dia seguinte, ela agiu como se nada tivesse acontecido. Tive vontade de chorar"

eu, leitora

"Eu virei amante do meu tio"

[illegible]

ATENÇÃO [illegible] NA [illegible] REUNIÃO, ERA SIMPÁTICO, BONITO E CASADO"

[illegible]

INTERNET [illegible] TERMINOU NO MOTEL, ERA [illegible] O RISCO DE NÓS SERMOS FLAGRADOS

[illegible]

Agora conte para todo mundo.

"... ALUCINADA ... TRANSAR COM ELE, MEU SANGUE, MEU TIO DE PRIMEIRO GRAU"

"AQUELAS CONVERSAS COM PEDRO FORAM ME ATRAINDO, EU QUERIA SABER QUAL ERA A INTENÇÃO REAL DELE"

Conte sobre os benefícios de Imedeen na sua vida.
Os seus melhores depoimentos serão publicados nos próximos anúncios
aqui na Marie Claire juntamente com ... de ...
que ainda vão ganhar ... meses de tratamento.

"A MINHA FICHA CAIU E TAMBÉM ME APAVOREI. SE ALGUÉM DESCOBRISSE O ROMANCE SERIA O FIM DO MUNDO"

"... TIO E SOBRINHA, MAS ... UMA ENERGIA ... ROLA MUITO TESÃO"

tendência: étnica

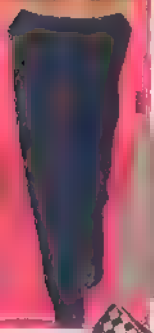
24 horas no ar

» trabalho à noite nos ACESSÓRIOS

mc vitrine

renove o clássico

>> XADREZ
TWEED



mc [illegible]trine

o look: saia godê

>> [illegible] TRICÔ DE POÁ [illegible] R DE ALFAIATARIA

R$ 99

R$ 17

R$ 449

R$ 386

R$ 283

R$ 398

R$ 350

R$ 275

R$ 478

R$ 785

boas escolhas

»

SAPATOS OXFORD

R$ 430

5.
R$ 594

2
R$1.356

6.
R$ 750

3.
R$ 350

7
R$ 598

4.
R$ 450

8.
R$ 34

MANDAMENTOS DA COLORAÇÃO

Encontre o colorista certo

S[illegible]

Mude aos poucos

Para [illegible]

[illegible]que. [illegible]egistre tudo

Ap[illegible]

Demonstre autoconfiança

Se [illegible]

Nem pense em economizar para que os cabelos tingidos continuem com o mesmo brilho e textura. Aí, é obrigatório o uso de [illegible] máscara e creme para [illegible] para cabelos tingidos [illegible]

• Linha Pantene Coloração Radiante Cabelos Tingidos [illegible] Condicionador R$ [illegible]

• Linha [illegible] R$ [illegible] condicionador para cada [illegible] castanhos e pretos (foto) R$ [illegible] (refil R$ [illegible])

• Emulsão Marie Renée Zonte Cabelos Coloridos R$ [illegible] (55 ml), finalizante pós-banho, para uso diário [illegible]

[illegible] Em seguida [illegible]

Saiba o custo de cada cor

Antes [illegible]

Clareamento: a hora de parar

Para [illegible]

VASE CI
vermelh
escotam
ncidade.
e cabelos
deve evitar
ons", diz o
Erson Araújo

Confira as novidades para fazer a cor em casa ou no salão [illegible]

[illegible] aumenta a densidade dos fios, aumentan- [illegible] cabelos

Casting Creme Gloss, L'Oréal Paris, R$ [illegible], sem amônia, fica [illegible] e cobre 70% dos brancos

• CARTELA DE CORES Tonalizante Color [illegible] R$ [illegible], com uma gama [illegible]

• BRILHO EXTRA Coloração Koleston, Wella, R$ [illegible], vem [illegible] Gloss, [illegible] que hidrata os fios [illegible] a mais.

[illegible] SoRED, Matrix, em quatro tons de vermelho, pode ser usado sozinho para criar reflexos naturais ou combinado com a colo- [illegible]

Coloração Beauty Performance, [illegible], em embalagem individual, R$ [illegible], vem com um sachê de óleo e frutas que perfuma e hidrata, prolongando o brilho dos cabelos

Combine cor de cabelo e cor de pele

• **RUIVO:** [illegible] para quem tem pele clara [illegible] olhos [illegible] [illegible]

• **PRETOS** [illegible] para pessoas mais [illegible] [illegible] aspecto carregado [illegible]

• **CASTANHO:** [illegible] de cores tão ampla que [illegible] que combine com você. [illegible]

• **LOIRO:** [illegible] [illegible]

Fique por dentro

A [illegible] [illegible]

Conheça seu histórico capilar

A [illegible] [illegible]

Coloque cor nas sobrancelhas

A [illegible] [illegible]

brilho próprio

Quem valoriza o cabelo que tem sabe: fios brilhantes são fundamentais. Se você anda descontente com o que vê no espelho, descubra como resgatar a luminosidade perdida. Por Deise Garcia

[illegible] manifestação [illegible] chapinha [illegible] [illegible] dos de [illegible] que os fios [illegible] e crespos, [illegible]

Mas, embora [illegible] tipo de cabelo [illegible] determina o resultado [illegible] mulher que chega [illegible] fios lisos e [illegible] mente estragados. Qualquer cabelo que não [illegible] bem cuidado fica opaco", diz o cabeleireiro Marco Antônio de Biaggi, do MG Hair Design, em São Paulo (SP). "A [illegible] hidratação adequada faz com que os fios [illegible] responsável por lubrificar a fibra [illegible]

[illegible] brilho [illegible] diz Sheila Duarte, gerente [illegible]

[illegible] pode estar relacionada [illegible] glândulas sebáceas podem dificultar a hidratação dos fios. A ação frequente do [illegible]

[illegible] secador, da escova, chapinha, [illegible] constante de química [illegible]

[illegible] ainda [illegible] últimos avanços [illegible] técnicos [illegible] processos [illegible] se preocupa em usar bons produtos [illegible] risco de perder a beleza do cabelo", diz Sheila Duarte.

[illegible] diretamente ligada [illegible] do corpo. "Quando ocorre qualquer tipo de alteração no organismo [illegible]

[illegible] brilho [illegible] vitaminas [illegible] [illegible] importantes [illegible]

[illegible] cabelos [illegible] brilhantes [illegible] cutícula [illegible] superfície dos fios [illegible] luz [illegible] uniforme [illegible]

"Para um resgate imediato do brilho, aplique uma bolinha do tamanho de uma moeda de dez centavos de Manteiga de Karité 100% Pura, [illegible] com os dedos por todo o comprimento e deixe por dez minutos", ensina Marco Antônio de Biaggi. "Para remover, use água morna abundante", complementa.

[illegible] mas uma escovada caprichada todo dia faz milagres pelo brilho. Muitas vezes, ele fica encoberto pela camada de poluição. Prefira sempre escovas de cerdas naturais, que evitam o efeito frizz", diz Nilton Tamba, do salão Franck Provost, em São Paulo (SP).

"A lavagem é muito importante. Se você cuida bem do seu cabelo e ele não responde com brilho, opte por um xampu antirresíduos. Ele remove toda a sujeira, além dos restos de produtos de finalização que, muitas vezes usados em excesso, deixam um

produtos e tratamentos

ativos que resguardam a juventude, a força e o brilho dos fios

No salão

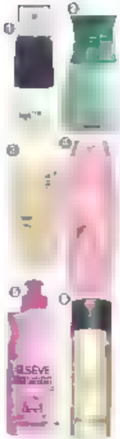
CLEAR [illegible] ... L'Oréal Professionnel ... [illegible] ... brilho ... [illegible]

MICROMIST [illegible]

[illegible] ... especialmente indicado para cabelos danificados que perderam o brilho por causa do excesso de química. Funciona à base de ... [illegible] ... a partir da liberação de vapor quente, que ajuda na absorção dos cremes hidratantes e nutritivos. A seguir ... [illegible] ... dessa vez, nos sela a cutícula dos fios, garantindo um brilho imediato. A aplicação pode ser mensal e custa por volta de R$ 90.

KÉRATHERMIE A Kérastase Professionnel ... [illegible] ... de seus produtos ... [illegible]

... [illegible] ... fios muito danificados. A primeira fase ... [illegible] ... aplicação de duas ampolas de tratamento ... [illegible] ... Masque Oléo-Relax. Após ... [illegible] ... aplicados antes de se fazer a escova. A chapinha finaliza o processo, selando as cutículas, enquanto o produto age ... [illegible] ... Deve ser feito a cada três meses e custa a partir de R$ 300.



Em casa

Os produtos que ... [illegible] ... brilho ... [illegible] ... brilho imediato ... [illegible]

■ Spray de brilho, linha High Shine Wella, R$ 63 (1) ■ Shampoo, R$ 8, e Condicionador, R$ 9 (2) ... [illegible]
■ Protetor térmico Straight Flow K, Pro Professional, R$ 35 (3)
■ Shampoo, R$ 5, Condicionador, R$ 6, e Creme para Pentear, R$ 4 (4), linha Brilho Gloss, Seda
■ Xampu, R$ 6, Condicionador, R$ ... Creme para Pentear, R$ 7, e Creme de Tratamento, R$ 12 (5), linha Elsève Nutri-Gloss ... [illegible]

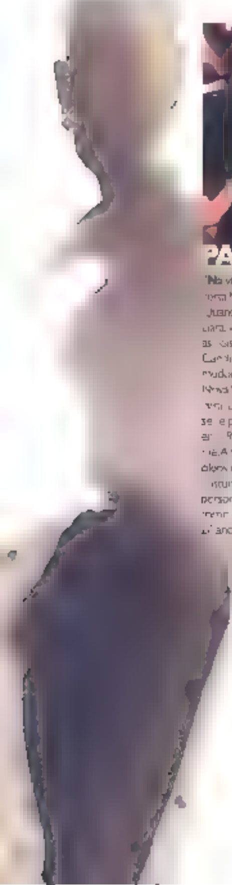
Novidade: produtos antiidade para os cabelos

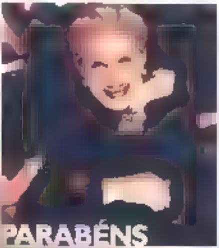
Assim ... [illegible] ... pele ... cabelo ... [illegible] ... envelhecimento ... [illegible] ... córtex ... [illegible]

■ Shampoo, R$ 8, e Condicionador, R$ 7 ... [illegible] ... L'Oréal Paris ■ Shampoo, R$ 59 (6), e Máscara, R$ 99, linha Age Recharge, Kérastase

beleza em foco

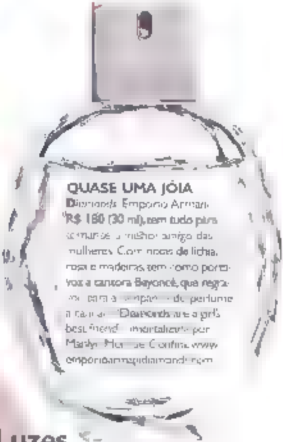
POR KATIA DEL BIANCO





PARABÉNS

"Na vida de todas as mulheres [illegible] uma [illegible] hora [illegible] algo [illegible]. Quando esse momento [illegible] para você [illegible] porque as [illegible] que Carolina Herrera [illegible] quando [illegible] New York [illegible] sua grife Carolina Herrera Limited. A [illegible] que [illegible] parte essencial [illegible] de estilo em 1988 [illegible] primeiro perfume. A fragrância [illegible] construída [illegible] dos óleos essenciais de jasmim e tuberosa, que [illegible] para [illegible] personalizado. O perfume [illegible] Herrera [illegible] clássico que festeja em 2008 20 anos de pura personalidade.

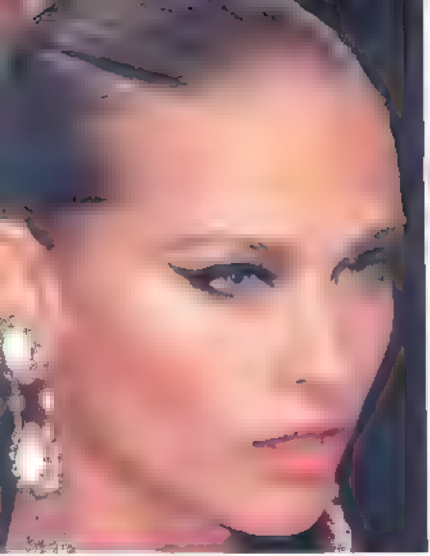


QUASE UMA JÓIA

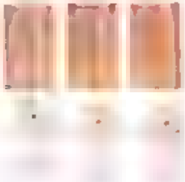
Diamonds Emporio Armani, R$ 180 (30 ml), tem tudo para tornar-se o melhor amigo das mulheres. Com notas de lichia, rosa e madeiras, tem como porta-voz a cantora Beyoncé, que regravou para a campanha do perfume a canção "Diamonds are a girl's best friend", imortalizada por Marilyn Monroe. Confira: www.emporioarmanidiamonds.com

Luzes da Cidade

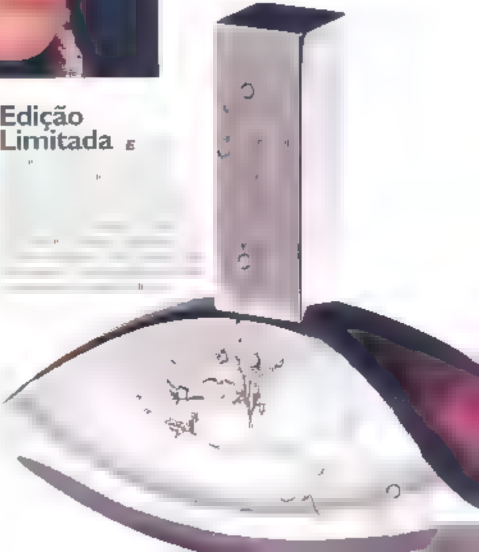
City Shine [illegible] inspirada na vida [illegible]



SOFISTICATS



Edição Limitada

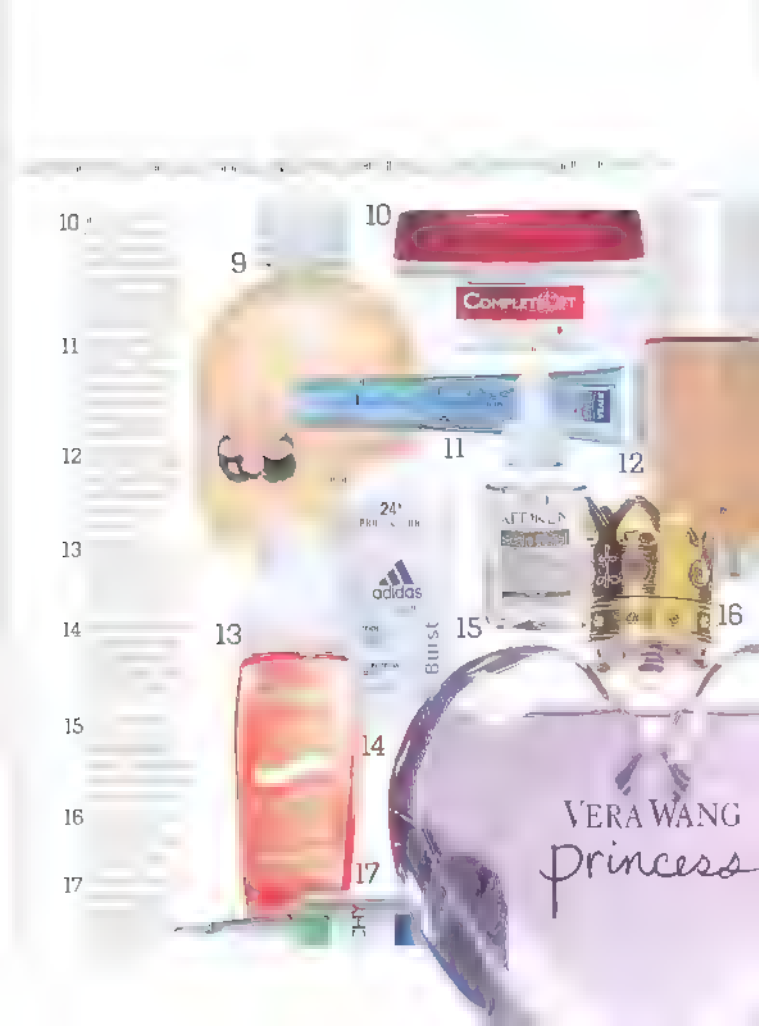


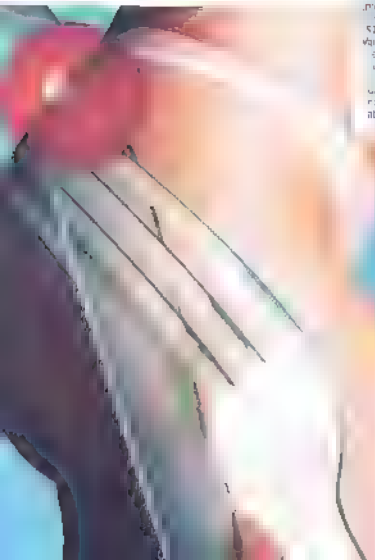
VIDA NOVA PARA A PELE

O [illegible] revitalizante para pele [illegible] Mary [illegible] R$ 79? age durante a noite quando [illegible] repouso [illegible] suas energias [illegible] celular. Os [illegible] usados durante [illegible] semana [illegible] renova-ção [illegible] das células. O resultado [illegible] menos [illegible] firmeza e elasticidade

prateleira

>> SUPERCREMES


10
9
10
COMPLETE
11
11
12
12
13
adidas
13
15
16
14
Burst
14
15
16
17
17
VERA WANG
Princess



OBA!

SORVETE

MAXIMA

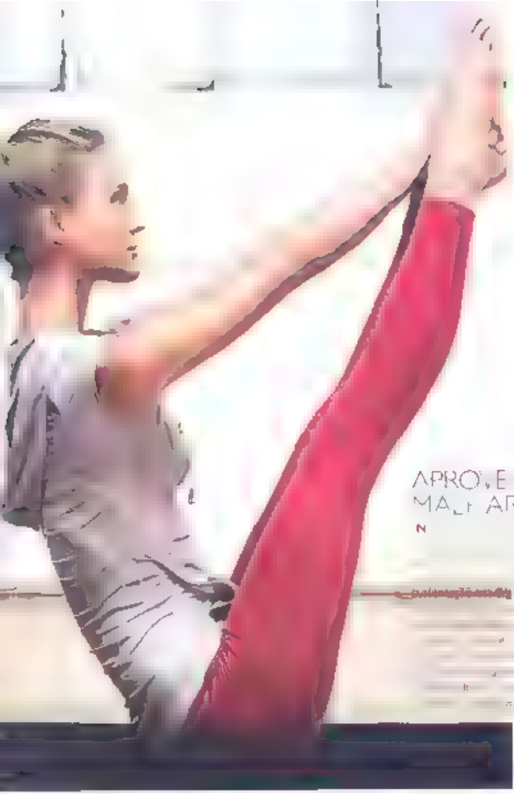
100g

92 CALORIAS

DE OLHO NO MOLHO

Exagere nas folhas, mas dose bem os molhos. Veja quantas calorias cabem em 1 colher de sopa de..

Vinagre	2 CAL
Shoyu	0 CAL
Suco de limão	4 CAL
Molho de iogurte (limão + iogurte desnatado)	20 CAL
Molho rosé (industrializado)	92 CAL
Azeite	126 CAL



MELHOR SEM SACARINA?

O adoçante está na berlinda ... que o grupo ... sabor ... queima menos calorias

APROVEITE PARA MALHAR O PERÍNEO

ATÉ 400 CALORIAS

CHOQUE DE REALIDADE!

[illegible] passo.

É verdade que fumar até quatro cigarros por dia não faz mal.

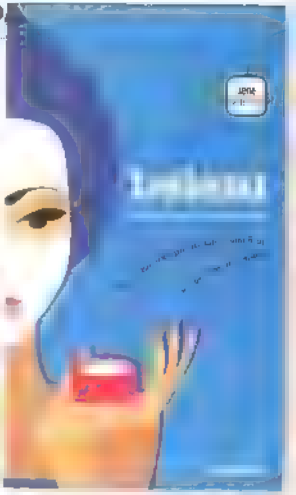
Se meu check-up anual não detectou nenhum dos exames indicou qualquer sinal de doença, significa que posso continuar [illegible] vazio certo.

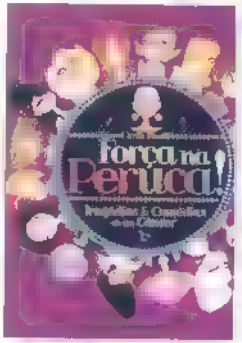
AUTO-AJUDA PARA MU[illegible]

Dos segredinhos de be[illegible] Beleza de Helo[illegible] Noronha e [illegible] Rossetti (Publifo[illegible] 0 pags., R$ [illegible]

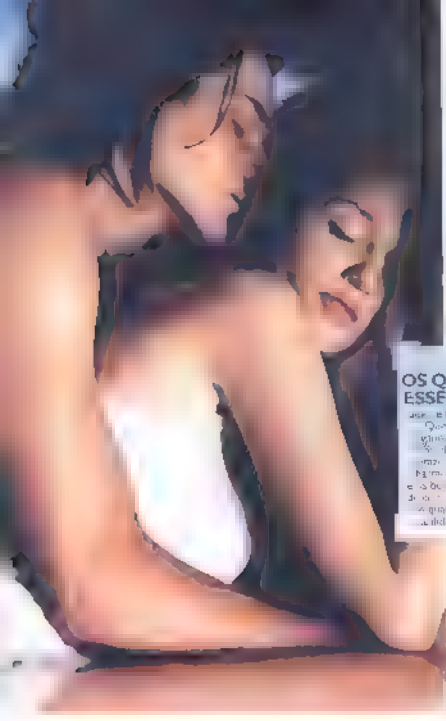
• Pingue [illegible] gotinhas [illegible] oleo es[illegible] sencia[illegible]

[illegible] dem ajudar a [illegible] axar





O título diz tudo. [illegible] problema (o [illegible] a do câncer e da quimioterapia) e [illegible] solução [illegible] o alto astral para enfrentar tudo isso. Ao contar [illegible] xperiência, [illegible] Mirela (adotiv [illegible] como conse[illegible] driblar a doença [illegible] bom humor [illegible] tirando proveito [illegible] os pu[illegible]



CUIDE DO SEU CORAÇÃO MALHANDO ENTRE LENÇÓIS

M

OS QUATRO ESSENCIAIS

Ricardo Pavanello

MC

RP

MC

RP

SABIOS **CONSELHOS** Um dr

Sete Leis Espirituais do Amor

DEEPAK CHOPRA

UMA DÉCADA NA EMPRESA. VALE A PENA?

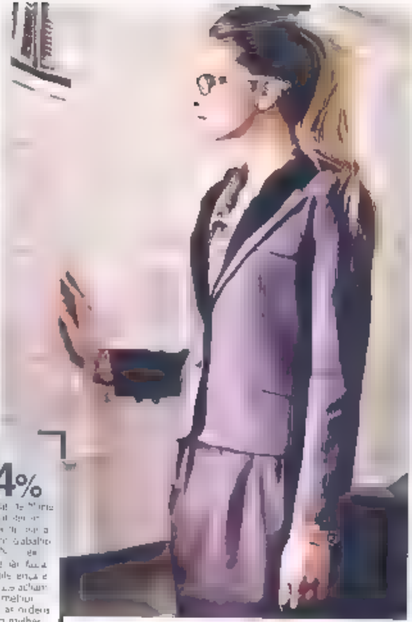
A resposta...

Marie Claire

Max Gehringer

MC

MG

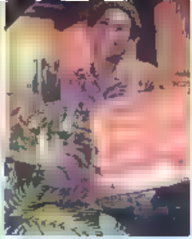


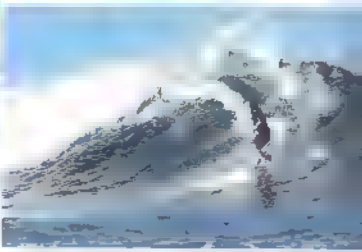
54%

MC Se a promoção não acontece, a pessoa não deveria se sentir desvalorizada como profissional?

MG

Em busca do
tempo perdido nos
mares
do sul

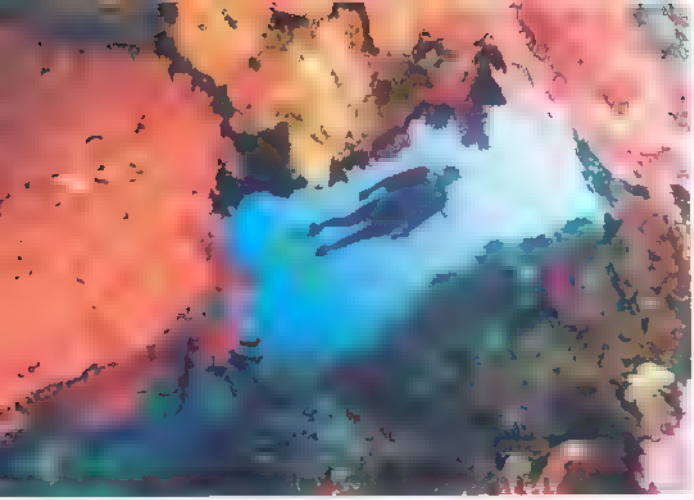




Nos mares do Sul: [illegible]

e [illegible]

Um dos atrativos da ilha é a exclusividade das



O

Como chegar

ondas: somente 24 hóspedes podem surfar ali >>

>>

Assunção no mar: até mesmo os peixes tornam-se amadores diante de turistas que, após beijar o fundo, emergem dentro do navio, e no instante da primeira tempestade tentam, assim, abandonar mulheres nativas

n

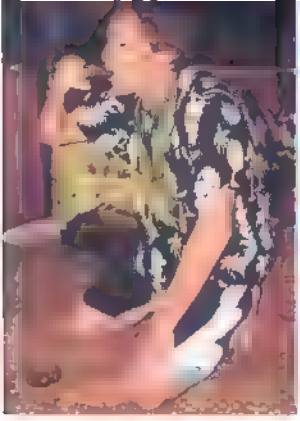
Em pouco tempo, os turistas são contaminados

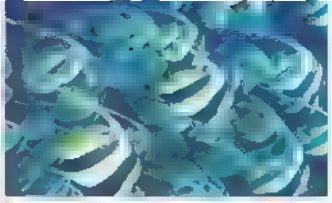
Na ilha, à esq., a atriz Cristina Ramalho (de costas) caminha, ao lado do jornalista brasileiro Adolpho Kajtar. Acima, à esq., os filhos pequenos do casal, Lucas e Gabriel, brincam na areia

a

continua >>

pela alegria, as canções e a preguiça dos fijianos





Outras Ilhas

a

- Jean-Michel Cousteau Fiji Island Resort L

- Vatulele Island Resort by Six Senses A

- Fijian Resort & Spa S

No site, é esq... o preferido de luxo dessas paragens de celebridades. Os bangalôs, todos sobre as águas cristalinas, são inspirados no Jean-Michel Cousteau Resort, em Vanua Levu. Locais: ondas de surfe e snorkel

- The Pearl South Pacific E

ROSA DI MAULO DIMAULO@UOL.COM.BR

horóscopo

Receba seu horóscopo diário no celular: saiba mais em www.revistamarieclaire.com.br

áries

PONTO FRACO:

PONTO FORTE:

gêmeos

PONTO FRACO:

PONTO FORTE:

leão

22/7 a 22/8

PONTO FRACO:

PONTO FORTE:

libra

PONTO FRACO:

PONTO FORTE:

touro

PONTO FRACO: discussões

PONTO FORTE:

câncer

PONTO FRACO:

PONTO FORTE:

virgem

PONTO FRACO:

PONTO FORTE:

escorpião

PONTO FRACO:

PONTO FORTE:

sagitario

PONTO FRACO:

PONTO FORTE

aquario

PONTO FRACO

PONTO FORTE

capricornio

PONTO FRACO:

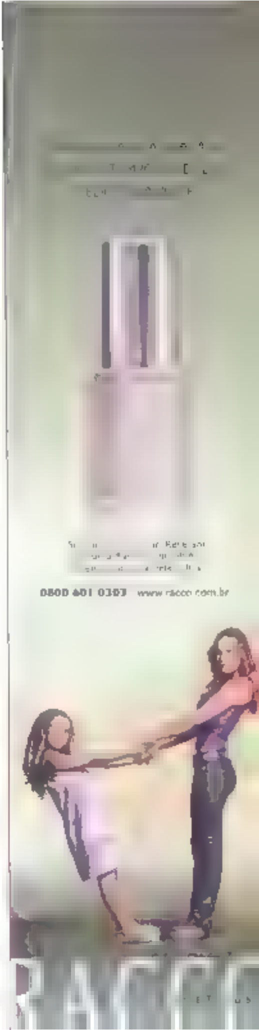
PONTO FORTE:

peixes

20/2 a 20/3

PONTO FRACO

PONTO FORTE



PRÉ-ESTRÉIA

ALEXANDRE HERCHCOVITCH: r Haddock Lobo, 1.151, tel. (11) 3068-3889/3063-3866, SP.

FRANCESCA ROMANA DIANA: r Visconde de Pirajá, 547, tel. (21) 2274-8511, RJ; r. Oscar Freire, 1.149, tel. (11) 3061-4868, SP.

LOUIS VUITTON: r Haddock Lobo, 1.847, tel. (11) 3088-0833, SP.

DIOR: r Haddock Lobo, r. 589, tel. (11) 3061-9239, SP.

PRADA: Dalua, av. Chedid Jafet, 131, bal. (11) 3841-4000, SP.

TEATRO ALFA: r. Bento Branco de Andrade Filho, 722, tel. (11) 5693-4000, SP.

TEATRO FAAP: r. Alagoas, 903, tel. (11) 3662-7233, SP.

MODA

ACCESSORIZE: shopping Iguatemi, tel. (11) 3817-6170, SP; www.accessorize.com.br.

ACESSÓRIOS MODERNOS: r. da Consolação, 3.391, tel. (11) 3083-3611, SP.

AGA: r. Fradique Coutinho, 1.111, tel. (11) 3812-1910, SP.

ANDRE DONIX: r. José Vidor, 300, tel. (54) 3026-2500, Caxias do Sul, RS.

ALCAZUZ: shopping Moreumbi, tel. (16) 5101-2333, SP.

ALE CHUEIRE: informações pelo tel. (11) 3044-5880, SP.

ALPHORRIA: informações pelo tel. (31) 3291-1121, BH.

ANDREA MADEI: informações pelo tel. (54) 3224-1014, Caxias do Sul, RS.

ANNEXE: r. Ceará, 440, tel. (11) 3661-9882, SP.

ANTIQUARIO PRIVILEGIO: r. José Maria Lisboa, 1.137, tel. (11) 3894-1277, SP.

ANTONIELLE: informações pelo tel. (51) 3584-1600, Novo Hamburgo, RS.

ANTONIO BERNARDO: shopping da Gávea, tel. (21) 2274-7796, RJ; r. Bela Cintra, 2.063, tel. (11) 3083-5622, SP.

AREZZO: r. Oscar Freire, 806, tel. (11) 3081-4929, SP.

AUTO POSTO PARADA DA PEDRA: Rod. Fernão Dias, Km 385, tel. (11) 4412-9280, Atibaia, SP.

BANANA PRICE: al. Lorena, 1.604/1.610, tel. (11) 3081-3786, SP.

BENETTON: al. Lorena, 1.600, tel. (11) 3088-6423, SP.

BIJOUX DE LUXO: www.bijouxdeluxe.com.br.

BLOOM: r. Bandeira Paulista, 1.475, tel. (11) 3845-9386, SP.

BOTTERO: informações pelo tel. (51) 3543-5400, Parobé, RS.

BRECHÓ MINHA AVÓ TINHA: r. Dr. Franco da Rocha, 74, tel. (11) 3865-1729, SP.

CALVIN KLEIN JEANS: r. Oscar Freire, 716, tel. (11) 3898-0229, SP.

CANTÃO: shopping Rio Sul, tel. (21) 3294-9166, RJ.

CARLOTA JOAKINA: shopping Morumbi, tel. (11) 5181-5350, SP.

CARMIME: shopping Iguatemi, tel. (11) 3032-4036, SP.

CAROL GREGORI: av. Rouxinol, 741, casa 01, tel. (11) 5054-2350, SP; www.carolgregori.com.br.

CASA VASCONCELLOS: r. Ribeiro Guimarães, 1.801, tel. (11) 3083-0787, SP.

CAVAGE: informações pelo tel. (51) 3581-3400, Novo Hamburgo, RS.

CAVALERA: al. Lorena, 1.602, tel. (11) 3083-5187, SP.

CECÍLIA PRADO: a verdade no acervo Benjamin, r. Oscar Freire, 612, tel. (11) 3060-8333, SP.

CIRCUS: r. Dr. Seidel, 219, tel. (11) 3845-4819, SP.

CLÁUDIA HOURÃO: r. Jornalista Djalma Andrade, 46, sala 906, (31) 3281-3383, BH.

CLAUDINA: informações pelo tel. (14) 3602-1033, Jaú, SP.

COHN PRATA: r. Augusta, 2.690, loja 227, tel. (11) 3081-9474, SP.

CONVERSE ALL STAR: informações pelo tel. (54) 3285-2800, Picada Café, RS.

CORI: shopping Iguatemi, tel. (11) 3031-6803, SP.

COVEN: informações pelo tel. (21) 2273-5055, BH.

CRIS BARROS: r. Oscar Freire, 295, tel. (11) 3082-3621, SP.

DACI: shopping Iguatemi, tel. (11) 3815-0387, SP.

D'ARQUCHIA: informações pelo tel. (11) 3033-3683, SP.

DANIELE HABE: al. Lorena, 1.655, tel. (11) 3088-3007, SP.

DANIELLA MARTINS: r. Dias Ferreira, 64, sala 204, tel. (21) 2511-0867, RJ.

DIFERENÇA ACESSÓRIOS: al. Franca, 1.332, casa 7, tel. (11) 3061-3427, SP.

DOC DOG: al. Lorena, 1.998, tel. (11) 3063-3343, SP.

DONA FLORINDA: informações pelo tel. (80) 3224-5181, Formiga, CE.

DONNA DODÔ: r. Alagoas, 836, tel. (11) 3828-0953, SP.

DROSÓFILA: informações pelo tel. (21) 3126-9100, BH.

DTA: informações pelo tel. (31) 3529-3300, Betim, MG.

DUMONT: informações pelo tel. (51) 3594-8850, Sapiranga, RS.

EDU BOLSAS: informações pelo tel. (48) 356-1124, Indaial, SP.

ELISA ATHENIENSE: al. Lorena, 1.632, tel. (11) 3081-0600, SP.

ELIZA CONDE: r. Visconde de Pirajá, 547, ij. 226, tel. (21) 2239-6765, RJ.

ELLUS: r. Oscar Freire, 990, tel. (11) 3061-2900, SP; shopping Rio Sul, tel. (21) 2542-0796, RJ.

EMPÓRIO ARMANI: shopping Iguatemi, tel. (11) 3815-4766, SP.

EMPÓRIO MAIA: r. João Cachoeira, 1.155, tel. (11) 3842-6648, SP.

ET-HOTCRYSTALS: av. Dr. Arnaldo, 138, tel. (11) 3256-7000, SP.

FAUSE HAITEN: r. Oscar Freire, 1.102, tel. (11) 3081-8685, SP.

FILLITY: r. Oscar Freire, 201, tel. (11) 3064-3729, SP.

FISZRAN: informações pelo tel. (21) 2224-7795, RJ.

FIT: shopping Morumbi, tel. (11) 5182-6295, SP.

FOLIC: shopping Villa Lobos, tel. (11) 3023-1563, SP.

FORUM: shopping Iguatemi, tel. (11) 3815-3870, SP; São Conrado Fashion Mall, tel. (21) 2422-0039, RJ.

FRANCESCA ROMANA DIANA: r. Visconde de Pirajá, 547 loja D, tel. (21) 2274-8511, RJ.

FURLA: informações pelo tel. (11) 3469-4780, SP.

GISELLE MASSER: r. Oscar Freire, 332, casa 4, tel. (11) 3082-0315, SP.

GLORIA COELHO: r. Bela Cintra, 2.173, tels. (11) 3083-1079/3085-6671, SP.

GRAÇA OTTONI: r. Sales Cabanis, 1.471, tel. (31) 3025-9008, BH.

GUARANÁ BRASIL: shopping Iguatemi, tel. (11) 3814-8433, SP.

GUESS: informações pelo tel. (31) 2516-7699, BH.

H.STERN: atendimento ao consumidor, tel. 0800-22-7442.

HAUMASANTA: r. Adolfo Tabacow, 238, tel. (11) 3078-9736, SP.

HERING: atendimento ao consumidor, tel. 0800-47-3114, SP.

HUIS CLOS: r. Oscar Freire, 1.105, tel. (11) 3088-7370, SP.

INDEX JEANS: informações pelo tel. (54) 3520-1155, Erechim, RS.

INTUIÇÃO: informações pelo tel. (11) 3085-7550, SP.

IODICE: shopping Iguatemi, tel. (11) 3815-7632, SP.

IRANDIRA: r. João Cachoeira, 1.121, tel. (11) 3849-1255, SP.

JORGE ALEX: r. Alfredo Pujol, 1.269, tel. (11) 3021-7700, SP.

JORGE BISCHOFF: r. 7 de julho, 474, (51) 3545-2344, Ijuí, RS.

KHUIRA: al. Lorena, 1.257, casa 5, tel. (11) 3085-3387, SP.

KOROPO: r. Maranga, 460, tel. (21) 2415-4101, Campo Grande, RJ.

KING: r. Harmonia, 452, tel. (11) 3032-1838, SP.

LADO AVESSO: informações pelo tel. (44) 3218-3000, Maringá, PR.

LAUNDRY: r. Augusta, 2.690, loja 323, tel. (11) 3085-0604, SP.

LE LIS BLANC: r. Oscar Freire, 809, tel. (11) 3083-2549, SP.

LE POSTICHE: atendimento ao consumidor, tel. 0800-014-3828, SP.

LEELOO: r. Visconde de Pirajá, 547, sala, (21) 2540-6389, RJ.

LEGASMI: informações pelo tel. (31) 3561-2445, Estância Velha, RS.

LENNY: shopping Iguatemi, tel. (11) 3032-2663, SP; r. Visconde de Pirajá, 351, tel. (21) 2523-3796, RJ.

LES AMIS: informações pelo tel. (11) 3044-3576, SP.

LES GAZELLES: al. Lorena, 1.684, tel. (11) 3064-1414, SP.

LEVI'S: atendimento ao consumidor, tel. 0800-55-1501.

LOBLOBY: r. Vinicius de Moraes, 129, tel. (21) 2267-5770, RJ.

LORENZO MERLINO: informações pelos tels. (11) 3819-6444/8226, SP.

LUCIANA CITRÃO: r. Teixeira Arruda, 492, tel. (11) 3079-7917, SP.

LUIZA BARCELOS: informações pelo tel. (31) 2102-0100, BH.

LUPO: atendimento ao consumidor, tel. 0800-707-8520.

LUXOTTICA: atendimento ao consumidor, tel. 0800-702-7999.

MOFFICER: shopping Iguatemi, tel. (11) 3812-4292, SP.

MALÉ: av. Rebouças, 3939, tel. (11) 3814-1375, SP.

MARA MAC: r. Oscar Freire, 1.141, tel. (11) 3085-0695, SP; Visconde de Pirajá, 365 A, tel. (21) 2523-2340, RJ.

MARCOLIN: atendimento ao consumidor, tel. 0800-777-5557.

MARIA BONITA EXTRA: shopping Iguatemi, tel. (11) 3032-5098, SP; shopping Rio Sul, tel. (21) 2542-0991, RJ.

MEZZO: informações pelo tel. (54) 2125-9909.

MIXED: shopping Iguatemi, tel. (11) 3032-7286, SP; r. Barbara Heliodora, 87, tel. (31)

3292-9808, BH.
MOB: shopping Pátio Higienópolis, tel. (11) 3823-2625, SP
MORANA: al. Juriti, 549, tel. (11) 4208-6200 Tamoré, SP
MATHY FARIA: informações pelo tel. (84) 3611-2276, RN.
NEM: shopping Villa-Lobos, tel. (11) 3024-3830, SP
NEON: r. Baronesa de Itu, 42, tel. (11) 3666-2909, SP
NEW ORDER: São Conrado Fashion Mall, tel. (21) 3322-2718, RJ, shopping Iguatemi, tel. (11) 3814-7510, SP
NUTRISPORT: r. Javaés, 550, tel. (11) 3335-1500 SP
ORCADE: r. Amaud Faria Junqueira, 1.120, Franca, SP
PARREIRA: r. Suzano, 116, tel. (11) 3061-8118 SP
PATRICIA VIEIRA: r. Fidêncio Gomide, 1.789-B, tel. (11) 3890-0318SP, r. Dias Ferreira, 417 sala 401, tel. (21) 2512-9467, RJ
PEDRO MOTTA: r. Prof. José Benedito de Camargo, 34, tel. (11) 3842-3810, Itaim, SP
PELU: al. Lorena, 1.257, casa 2, tel. (11) 3891-1229, SP
POLLIGNANNO ALTIARE: r. Oscar Freire, 154, tel. (11) 3062-5046, SP www.polligranoaltiare.com.br
PURAMANIA: informações pelo tel. (11) 3081-3551, SP
RAMONES: r. Fradique Coutinho, 1.131, tel. (11) 3812-7916, SP
RAPHAELLA BOOZ: informações pelo tel. (48) 3263-6500, Florianópolis, SC
RENATA MAHAZ: r. Fernando Lopes, 44, tel. (81) 3423-1019, Recife, PE
RENNER: shopping Morumbi, tel. (11) 2165-2800, SP
RENOVADORA DE PNEUS ATIBAIA: Rod. Fernão Dias, Km 38,5, tel. (11) 4413-3354, Atibaia, SP
SACADA: r. Oscar Freire, 726, tel. (11) 3081-1668, SP, shopping Rio Sul, tel. (21) 3209-2042, RJ
SANTA LOLLA: av. Bem-te-vi, 184, tel. (11) 5536-3474, SP
SARAH CHOFAKIAN: al. Lorena, 1.616 A, tel. (11) 3081-3164, SP
SCHUTZ: shopping Iguatemi, tel. (11) 3032-7898, SP
SEIKI: informações pelo tel. (11) 6096-7066, SP
SHOESTOCK: av. Bem-te-vi, 221, tel. (11) 5044-4513, SP
SIMONE NUNES: informações pelo tel. (11) 3062-9706, SP
SPEZZATO: informações pelo tel. (11) 3074-2922, SP
SUPER SANTA: r. Visconde de Pirajá, 550, loja 202, tel. (21) 2540-7819, RJ
SWAROVSKI: Barra Shopping, tel. (21) 3387-0111, RJ, shopping Pátio Higienópolis, tel. (11) 3667-3511, SP
TA-HAN: r. Oscar Freire, 216, Tel. (11) 3083-0134, SP
TEREZA SANTOS: informações pelo tel. (31) 3290-1615, BH
THAYSE: shopping Della Giustina, (48) 3437-4545, Criciúma, SC
TIFFANY & CO.: shopping Iguatemi, tel. (11) 3815-7000, SP
TRIFIL: informações pelo tel. (11) 6487-2000, SP
TRITON: r. Oscar Freire, 993, tel. (11) 3085-9089, SP
TRUDYS: al. Lorena, 1.616, tel. (11) 3081-2930, SP
TUTU FERREIRA: r. Caçapava, 42, tel. (11) 3085-0026, SP
V. MONTORO: informações pelo tel. (11) 3057-2412, SP
VABENE: informações pelo tel. (11) 3942-0815, SP
VELHA BAHIA MÓVEIS: r. Marquês de São Vicente, 124 lj. 107, tel. (21) 2511-0691, Gávea Trade Center, RJ
VIRGEMARIA: r. Tumiaru, 46 tel. (11) 3057-3185, SP
VIRGIN AGAIN: r. Augusta, 2.690 loja 329, tel. (11) 3088-6396, SP
VIVARA: atendimento ao consumidor, tel. 0800-726-2000
WAL-MART: informações pelo tel. 0800-7710909.
WALTÃO BOOTS & BELTS: r. Dr. Eduardo de Souza Aranha, 280, tel. (11) 3845-3157, SP
WERNER: informações pelo tel. (51) 546-1234, Três Coroas, RS
YURIKO: al. dos Nhambiquaras, 1.400, tel. (11) 5535-3952, SP
ZION: shopping Iguatemi, tel. (11) 3031-0503, SP
ZOOMP: r. Oscar Freire, 995, tel. (11) 3064-1556, SP, Barra Shopping, tel. (21) 2431-9191, RJ

BELEZA

ADIDAS: atend. ao consumidor, tel. (11) 2167-2231, São Paulo, SP
AVON: atend. ao consumidor, tel. 0800-708-2866
AVENE: atend. ao consumidor, tel. 0800-703-1037.
BIOTHERM: atend. ao consumidor, tel. 0800-701-7323.
BLZ: rua Padre Theodoro, 18, tel. (11) 3085-9395, Jardins, São Paulo, SP
BOURJOIS: atend. ao consumidor, tel. 0800-704-3440
C. KAMURA (SALÃO): r. da Consolação, 3.679, Jardins, tel. (11) 3061-5500 São Paulo, SP
C. KAMURA (COSMETICOS): atend. ao consumidor, tel. (11) 5621-4696, São Paulo, SP
CALVIN KLEIN: atend. ao consumidor, tel. 0800-772-5500
CAROLINA HERRERA: atend. ao consumidor, tel. 0800-704-3440
CONTÉM 1G: atend. ao consumidor, tel. (11) 3660-0378, São Paulo, SP
DIOR: atend. ao consumidor, tel. 0800-17-0506.
DOVE: atend. ao consumidor, tel. 0800-707-7512.
ECOLOGIE: atend. ao consumidor, tel. (11) 4227-1011, São Paulo, SP
EH COSMETICOS: atend. ao consumidor, tel. (11) 2164-8201, São Paulo, SP
EMPORIO ARMANI: atend. ao consumidor, tel. 0800-701-7323
FENDI: atend. ao consumidor, tel. 0800-17-0506.
GALERIA: r. Dr. Mário Ferraz, 589, Itaim, tel. (11) 3078-8888, São Paulo, SP
GIVENCHY: atend. ao consumidor, tel. 0800-17-0506
IMPALA: atend. ao consumidor, tel. 0800-702-7277.
K.PRO: atend. ao consumidor, tel. (11) 3846-9725 São Paulo, SP
KERASTASE: atend. ao consumidor, tel. 0800-701-7237.
KRYOLAN: atend. ao consumidor, tel. (11) 3045-0087, São Paulo, SP
L'OREAL PARIS: atend. ao consumidor, tel. 0800-701-6992
L'OREAL PROFESSIONNEL: atend. ao consumidor, tel. 0800-701-7237
LA PRAIRIE: atend. ao consumidor, tel. (11) 2167-2274, São Paulo, SP
LANCÔME: atend. ao consumidor, tel. 0800-701-7323
M.G HAIR DESIGN: rua Estados Unidos, 1.862, Jardins, tel. (11) 3068-9035, São Paulo, SP
MARY COHR: atend. ao consumidor, tel. 0800-100-062
MATRIX: atend. ao consumidor, tel. 0800-701-7237
NATURA: atend. ao consumidor, tel. 0800-704-5566
NIASI: atend. ao consumidor, tel. 0800-11-1145.
NIVEA: atend. ao consumidor, tel. 0800-775-4832.
O BOTICÁRIO: atend. ao consumidor, tel. 0800-41-3011.
OX COSMETICOS: atend. ao consumidor, tel. 0800-703-4071
PANTENE: atend. ao consumidor, tel. 0800-701-5515
RACCO: atend. ao consumidor, tel. 0800-601-0105
REDKEN: atend. ao consumidor, tel. 0800-701-7237
RENNER: www.lojasrenner.com.br
ROBERTO CAVALLI: atend. ao consumidor, tel. (11) 2167-2300 São Paulo, SP
ROC: atend. ao consumidor, tel. 0800-703-6262.
SEDA: atend. ao consumidor, tel. 0800-707-4471.
SHISEIDO: atend. ao consumidor, tel. 0800-14-8023.
VALENTINO: atend. ao consumidor, tel. (11) 2167-2264, São Paulo, SP
VERA WANG: atend. ao consumidor, tel. (11) 2167-2200, São Paulo, SP
VICHY: atend. ao consumidor, tel. 0800-701-1552.
VIZCAYA: atend. ao consumidor, tel. (11) 5504-6610 SP
WELLA PROFISSIONAL: atend. ao consumidor, tel. 0800-702-9966.
W IGUATEMI: av. Brigadeiro Faria Lima, 2.232, Shopping Iguatemi, 9º andar, tel. (11) 3094-2640, São Paulo, SP

TODOS OS PREÇOS DAS REPORTAGENS DE MODA E DE BELEZA FORAM FORNECIDOS PELOS FABRICANTES EM FEVEREIRO DE 2008 E ESTÃO SUJEITOS A VARIAÇÕES

ATENÇÃO FABRICANTES E LOJISTAS
Qualquer mudança de endereço e telefone deve ser informada rapidamente pelo fax: (11) 3767-7833, ou e-mail mcassio@edglobo.com.br, aos cuidados de Cássia Santos.

Lágrimas e massagem

Enquanto esperava uma amiga num restaurante, Alice observou o tédio de um casal na mesa do lado e lembrou do lento e difícil fim de seu casamento com João Victor. Contabilizava da seguinte forma sua vida a dois: seis meses de namoro, um ano e meio de casamento e dois longos anos de infelicidade até a separação. "Por que levamos tanto tempo para constatar o óbvio?", pensou.

Durante muito tempo, Alice achou que a crise que passava ao lado de João Victor era só uma fase. E que o sexo, cada vez mais mecânico e previsível, era assim na maioria dos casamentos. Para evitar que algo mais drástico acontecesse no seu decadente matrimônio, passava o tempo dourando pílulas, engolindo sapos e varrendo o lixo para baixo do tapete.

Nessa época, decidiu fazer um tratamento para eliminar a celulite e a gordura localizada que, nos últimos dois anos, insistiam em adornar seu corpinho pouco amado. Imunes a dietas e ginásticas, as insuportáveis gordurinhas brotavam que nem erva daninha depois da chuva. Segurar um casamento sem graça era algo que ela tirava de letra. Mas ficar com o corpo coberto de celulite era demais para sua auto-estima.

Começou um tratamento intensivo com uma eficiente terapeuta corporal. E foi ali, naquelas sessões, que entendeu o que o seu corpo estava desesperadamente tentando dizer. A especialista foi taxativa: "Celulite é energia parada. Alguma coisa não está andando na sua vida. Você pode fingir que não vê, mas o seu corpo não". E fez a pergunta-chave: "Como está o seu casamento?". Alice não conseguiu responder: sua angústia estava tão à flor da pele que caiu num choro compulsivo. Enquanto se debulhava em lágrimas, a terapeuta ia dissolvendo nós de gordura com as mãos e repetindo que, para o tratamento dar resultado, ela tinha que começar a se mexer. "O seu marido sabe que você não está feliz?"

E foi assim que começaram a vir à tona questões como: "Por que coloquei na cabeça que preciso ficar para sempre nesse casamento infeliz?" e "Do que tenho medo?". Lembrou que, recentemente, João Victor havia ido para o Japão a trabalho. Quando voltou, respondeu com monossílabos suas perguntas sobre a viagem. Mas, quando um casal amigo chegou para um almoço de confraternização, ele passou horas entusiasmado, contando, com detalhes, histórias da viagem. Alice ficou boba. Por que ele não tinha contado nada disso para ela? Porque ela não era importante para ele!

A crença de que deveria permanecer casada a qualquer custo ruiu naquele momento. Em poucos meses de lágrimas, dor e massagem, a inércia que tinha tomado conta da sua vida foi para o espaço! Hoje, separada, feliz e com um corpinho de dar inveja às mulheres da sua geração, Alice agradece o sucesso à sua terapeuta, à sua coragem de mudar e à maldita, a praga das pragas, o pavor das mulheres: a santa celulite. ■

A atriz Patrícya Travassos é apresentadora do programa "Alternativa Saúde", do canal GNT, e autora do livro [illegible] (Editora Globo)

Revista scanneada por
Luciana Duarte
Blog:
http://lucianamduarte.blogspot.com/